



Government  
of Canada

Gouvernement  
du Canada

CA 1  
IST80  
-A57  
c.1  
GOVPUB

3 1761 11765283 4

*Annual Report of the*

# COMMISSIONER OF COMPETITION

FOR THE YEAR ENDING MARCH 31, 1999

on the enforcement and administration of the

COMPETITION ACT

CONSUMER PACKAGING AND LABELLING ACT

PRECIOUS METALS MARKING ACT

TEXTILE LABELLING ACT

Canada





*Annual Report of the*

**COMMISSIONER OF  
COMPETITION**

.....

FOR THE YEAR ENDING MARCH 31, 1999

**on the enforcement and administration of the**

**COMPETITION ACT  
CONSUMER PACKAGING AND LABELLING ACT  
PRECIOUS METALS MARKING ACT  
TEXTILE LABELLING ACT**

This publication is also available electronically on the World Wide Web at the following address:  
<http://competition.ic.ca>

For additional copies of this annual report or specific information on the Bureau's activities, please contact the Competition Bureau's Information Centre:

Competition Bureau  
Industry Canada  
50 Victoria Street  
Hull QC K1A 0C9

Tel.: (819) 997-4282  
Toll-free: 1-800-348-5358  
TDD (for hearing impaired): 1-800-642-3844  
Fax: (819) 997-0324

Web site: <http://competition.ic.gc.ca>  
E-mail: [compbureau@ic.gc.ca](mailto:compbureau@ic.gc.ca)

For information specifically on the merger provisions of the *Competition Act*, including those relating to the notification of proposed transactions, please contact:

Mergers Branch  
Competition Bureau  
Industry Canada  
50 Victoria Street  
Hull QC K1A 0C9

Tel.: (819) 953-7092  
Fax: (819) 953-6169

Bureau publications and videos are listed in Appendix II of this annual report.

This publication can be made available in alternative formats upon request. Contact the Information Distribution Centre at the numbers listed below.

Information Distribution Centre  
Communications Branch  
Industry Canada  
Room 205D, West Tower  
235 Queen Street  
Ottawa ON K1A 0H5

Tel.: (613) 947-7466  
Fax: (613) 954-6436  
E-mail: [publications@ic.gc.ca](mailto:publications@ic.gc.ca)

© Her Majesty the Queen in Right of Canada (Industry Canada) 1999  
Cat. No. RG51-1999  
ISBN 0-662-64390-9  
52844B



50% recycled  
material



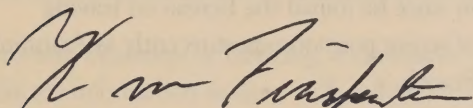
Hull, Quebec

Mailing Address:  
Ottawa, Ontario  
K1A 0C9

The Honourable John Manley, P.C., M.P.  
Minister of Industry  
Ottawa

Dear Sir,

I have the honour to submit, pursuant to section 127 of the *Competition Act*, the following report of proceedings under the Act for the fiscal year ended March 31, 1999.



Konrad von Finckenstein, Q.C.

Commissioner of Competition

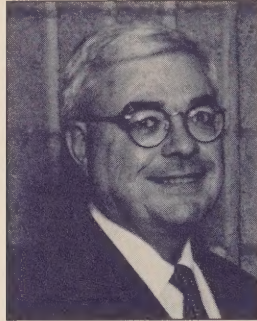


Konrad von Finckenstein, Q.C.

---

## In Memory of Jim Bocking

---



This annual report demonstrates the very high level of activity sustained by the Bureau's employees during the 1998-99 fiscal year. Together, staff rose to a series of challenges, lending support across branches where necessary.

In early 1999, however, the Bureau suffered a severe loss. Jim Bocking, a long-time manager, passed away after a long and courageous battle with cancer.

Jim was loved and respected by us all. Many staff had known Jim since he joined the Bureau on leaving Queen's University in 1972. Over the years, he held a number of senior positions, most recently as Assistant Deputy Director of Investigation and Research in the Mergers Branch.

From the outset of his career, Jim believed in the importance of maintaining a thoroughly modern competition framework, and in the value of ensuring compliance through education, mediation and, when necessary, prosecution.

He led many major investigations and merger examinations for the Bureau. They ranged from cases that established the limits for setting fees by law societies, to an inquiry leading to the Report of the Restrictive Trade Practices Commission on the Petroleum Industry, to several major merger reviews. One of Jim's final cases was the proposed merger between Petro-Canada and Ultramar Diamond Shamrock in the summer of 1998.

Beyond his accomplishments as a case officer and manager, Jim Bocking will be remembered by Bureau staff, members of the legal and business communities, his friends and family, for his extraordinary character and charm. He was a professional and a gentleman. His integrity and honesty made him an outstanding representative of the Competition Bureau and the public service.

His presence among us will be sorely missed.



# MESSAGE FROM THE COMMISSIONER

This has been a year of unprecedented activity for the Competition Bureau. It has been a challenging and successful year — a year of firsts.

This year we were confronted with more merger proposals than ever before. The Bureau reviewed mergers in sectors ranging from energy and media to retailing, as well as the two largest proposed mergers in Canadian history among four of Canada's major banks: the Royal Bank of Canada and the Bank of Montreal, and the Canadian Imperial Bank of Commerce and the Toronto-Dominion Bank.

The petroleum sector has been, and continues to be, a priority for the Bureau. This past year, the Bureau's concerns about a proposed merger between two petroleum companies, Petro-Canada and Ultramar, resulted in the companies deciding to discontinue their joint venture. The investigation into this proposed merger found that it would have led to a substantial lessening or prevention of competition and harmed consumers in Atlantic Canada and Quebec.

This year, we continued our work based on the approach we call the conformity continuum, a consolidation of resources and tools we use to promote conformity. Using this approach, we have initiated education-based strategies aimed at discouraging anti-competitive behaviour while continuing to use the full force of our Acts in situations of serious non-compliance. On the enforcement side, record fines for conspiracy and the first prison terms ever for deceptive telemarketers resulted from Bureau investigations.


To promote awareness of labelling, accreditation and general competition issues, we issued bulletins and conducted information sessions with industry and consumer groups. Specifically, we consulted the jewellery industry on accreditation programs, the software industry on establishing a code of ethics, and pet food makers on the issue of a voluntary code for labelling their products.

The Bureau made numerous interventions before regulatory bodies, notably before the Canadian International Trade Tribunal in the baby food case, and to the Ontario government concerning electricity deregulation. As well, we continued to uphold our international obligations through the promotion, development and, when necessary, enforcement of tenable competition law and policies.

As part of our effort to provide timely information, our Web site has become our key tool for disseminating information to our industry stakeholders, lawyers, the media and the public. We also solicited feedback via the Web site from our stakeholder community on our legislative and policy changes, as well as on the implementation of our user-fee program.

On the legislative front, the Bureau amendments to the *Competition Act* came into force, giving us more powerful tools to fight anti-competitive behaviour. We also commenced a revamping of our technological infrastructure to streamline our management systems.

In short, we have had a successful year. We have met our challenges, and our accomplishments are thanks to the hard work of a dedicated and professional staff. You will find the activities of the past year detailed in this report.



Konrad von Finckenstein, Q.C.





## CONTENTS

1. Introduction . . . . .	1
2. Informing Canadians . . . . .	4
3. Promoting Competition . . . . .	7
4. Reviewing Mergers . . . . .	17
5. Preventing Anti-competitive Activity . . . . .	21
6. Modernizing Canada's Approach to Competition Law . . . . .	27
Appendix I: Discontinued Cases . . . . .	29
Appendix II: Public Information . . . . .	34
Appendix III: Competition Bureau Contacts . . . . .	35
Reader Response Card	

Digitized by the Internet Archive  
in 2022 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117652834>

This annual report provides an overview for the fiscal year April 1, 1998, to March 31, 1999, of the Competition Bureau's work under the following four Acts it administers:

- ◆ the *Competition Act*
- ◆ the *Consumer Packaging and Labelling Act* (non-food)
- ◆ the *Precious Metals Marking Act*
- ◆ the *Textile Labelling Act*.

As in last year's report, activities are grouped under the Bureau's four operational objectives:

- ◆ informing Canadians
- ◆ promoting competition
- ◆ reviewing mergers
- ◆ preventing anti-competitive activity.

### *Our raison d'être*

*The Competition Bureau strives to create an environment where Canadians can enjoy the benefits of lower prices, product choice and quality services in a vibrant and healthy marketplace.*

In keeping with the Bureau's commitment to inform Canadians, this report not only explains the Competition Bureau's activities during the 1998-99 fiscal year, but also describes how the Bureau's work benefits Canada and society at large. Material such as statistical data and legal references is available electronically on the Bureau's expanded Web site.

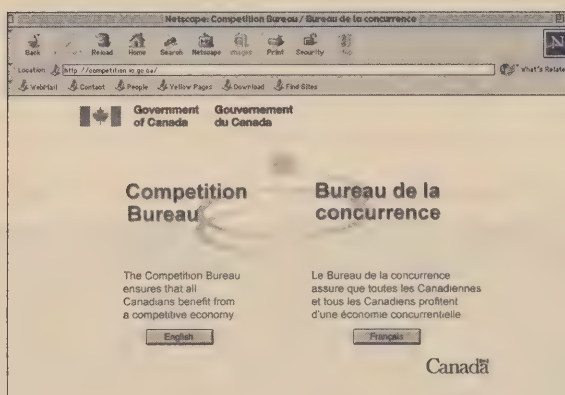
## About the Bureau

The Competition Bureau works on the premise that a vibrant and healthy marketplace is good for both businesses and consumers in Canada.

- ◆ It makes the economy work more efficiently.
- ◆ It strengthens the ability of businesses to adapt and compete in global markets.
- ◆ It gives small and medium-sized enterprises an equitable chance to compete and participate in the overall economy.
- ◆ It provides Canadians with the benefits of competitive prices, product choice and the information they need to make informed purchasing decisions.
- ◆ It balances the interests of consumers and producers, wholesalers and retailers, dominant players and minor players, as well as public and private interests.

## Visit our expanded Web site

<http://competition.ic.gc.ca>



## Prevention is the Best Offence

The Competition Bureau is more than a law enforcement agency. The over-arching philosophy at the Bureau is that the combination of proactive, education-based strategies coupled with vigorous law enforcement activity is the most effective means of discouraging anti-competitive behaviour.



- ◆ By seizing every opportunity to talk directly with Canadians, the Bureau aims to heighten awareness of anti-competitive activities, and thwart the efforts of those who do not respect the law.
- ◆ By making sure that businesses have a good understanding of the law as it relates to them, the Bureau discourages anti-competitive behaviour.
- ◆ By amending legislation on a timely basis, the Bureau ensures that the *Competition Act* and related statutes respond to emerging business trends and current enforcement requirements in Canada and abroad.

This report demonstrates how placing more emphasis on the education side of what the Bureau calls the “conformity continuum,” the expense of often time-consuming investigations and prosecutions can be reduced substantially.

Prosecution or contested cases before the Competition Tribunal is the Bureau’s least preferred option. Investigations can take a long time to bring to court, and the outcomes are often uncertain. Moreover, until there is a conviction, the Bureau has no legal way of removing dubious products or services from the market.

The Bureau’s conformity continuum approach is based on the belief that most businesses want to operate within a competitive marketplace framework, and

that the vast majority are willing to comply once they understand how the legislation relates to their particular activities.

The Bureau’s preference is to choose the best and most efficient means of restoring competition in the marketplace. It resorts to an adversarial approach only when all other avenues to correct anti-competitive behaviour have failed or the activities constitute a flagrant disregard of the law. This annual report demonstrates where more effective alternatives to court proceedings and trials have been pursued, such as when organizations or individuals have been willing to work with the Bureau or provide undertakings to comply with the law.

This does not imply that the Bureau will be lenient with those who engage in serious anti-competitive conduct. Where there is evidence of serious violations of the criminal provisions of the *Competition Act*, cases will be referred to the Attorney General of Canada for prosecution. It will continue to use the full force of the law. This can result in heavy fines and prison terms.

In civil matters, where solutions cannot be worked out by negotiation, consent orders or other means, the Bureau will not hesitate to go before the Competition Tribunal.

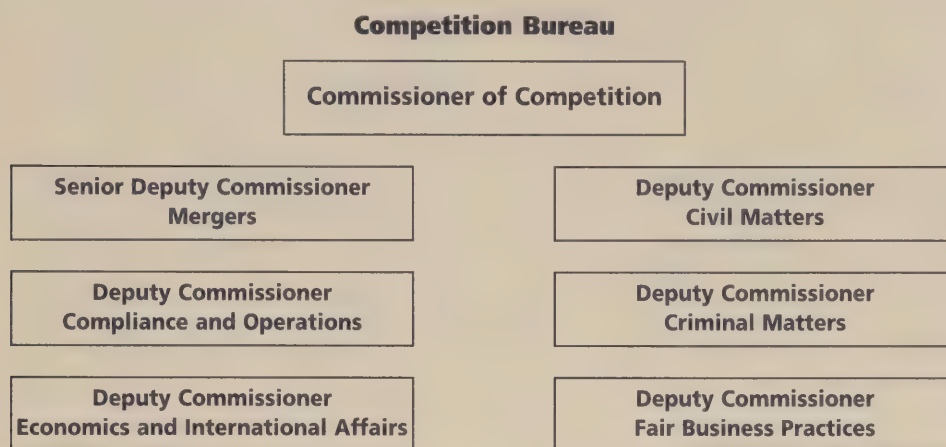
## Beyond Law Enforcement: The Bureau’s Conformity Continuum at Work

PROMOTION			MONITORING	NON-CONFORMITY		
Information and Education	Rule Making	Policy	Contacts	Moral Suasion	Consent	Adversarial
Bulletins, guidelines, outreach programs, public speaking and media contacts.	Regulations and voluntary codes.	Advocacy, and liaison with antitrust agencies and trade organizations in Canada and abroad.	Advisory opinions, consultations, prenotification filings, targeted inspections, and industry/client partnerships.	Warning letters, information sessions, and public education visits to businesses.	Undertakings by organizations to change behaviour, consent tribunal orders, consent court orders and guilty pleas.	Product seizures, prosecutions, contested prohibition orders and contested Tribunal proceedings.



## Organizational Structure of the Bureau

As the organizational chart below shows, the Bureau is divided into six branches.



The **Commissioner of Competition** is head of the Competition Bureau and is responsible for the administration and enforcement of the *Competition Act*, the *Consumer Packaging and Labelling Act*, the *Precious Metals Marking Act* and the *Textile Labelling Act*.

**Mergers Branch** is responsible for the review of merger transactions. Mergers in which the parties to the transaction have combined sales or assets in excess of \$400 million, and in which the value of the transaction exceeds \$35 million, require advance filing with the Prenotification Unit of the Mergers Branch.

**Compliance and Operations Branch** is responsible for the development of the Bureau's compliance program, its enforcement policy, public education and communications. It also handles planning, administration and informatics activities.

**Economics and International Affairs Branch** coordinates international cooperation in many international fora on international competition policy and liaison with other government departments and agencies. The branch provides economic advice and analysis to the enforcement branches on specific cases, on enforcement policy issues, and on legislative changes and regulatory interventions. The branch also assists other government departments and agencies by providing competition policy advice and recommendations.

**Civil Matters Branch** investigates possible anti-competitive behaviour, such as the abuse of dominant position, and restraints imposed by suppliers on customers, such as refusal to supply, exclusive dealing and tied selling. The branch is also responsible for Bureau interventions before federal and provincial regulatory boards and tribunals.

**Criminal Matters Branch** investigates possible criminal offences relating to anti-competitive behaviour. These can include conspiracy to fix prices, bid-rigging, price discrimination, predatory pricing and price maintenance. It is also responsible for the Amendments Unit, which ensures that the provisions of the *Competition Act* and labelling legislation remain relevant.

**Fair Business Practices Branch** promotes fair competition in the marketplace through compliance monitoring, and education programs for industry and consumers. The branch applies the provisions of the *Competition Act* relating to false or misleading advertising and other deceptive practices. It is also responsible for the administration of the *Consumer Packaging and Labelling Act*, the *Precious Metals Marking Act* and the *Textile Labelling Act*.

## 2 INFORMING CANADIANS

The Competition Bureau works on the premise that the best defence against anti-competitive practices is a proactive strategy of education.

Bureau staff routinely monitor the marketplace, and regularly visit with business, industry and stakeholders. They also rely on Canadians to come forward when they suspect anti-competitive practices.

In 1998-99, the Bureau's Information Centre received 46 000 enquiries. The Bureau hears from Canadians in several ways:

- ◆ through E-mail, telephone, fax or letter;
- ◆ through the Internet, using the Bureau's enquiry/complaint form;
- ◆ through Members of Parliament who forward complaints from their constituents; and
- ◆ through direct contact, for example, when members of the business community meet with Bureau staff.

All enquiries received by the Bureau are treated as confidential, and reports of suspected illegal practices are passed on to the appropriate branch.

A representative selection of cases in 1998-99 for which the Bureau was able to resolve problems through voluntary compliance are set out in Table 1.

### Community Outreach

The year saw the Bureau follow through on a series of important community outreach commitments made in 1997-98.

- ◆ First, the Bureau held nationwide consultations on *The Merger Enforcement Guidelines as Applied to a Bank Merger*. Representatives from banks,

---

*To make a general enquiry or file a complaint regarding a deceptive business practice, call the Competition Bureau at:*

**Tel.: (819) 997-4282**

**Toll-free: 1-800-348-5358**

*Or use the on-line enquiry/complaint form at: <http://competition.ic.gc.ca>*

---

other financial institutions, the business community, academics, and members of labour and consumer groups were invited to respond to the Bureau's November 1997 submission to the Task Force on the Future of the Canadian Financial Services Sector. More than 600 individuals or institutions were approached for their views. Except where confidentiality was requested, submissions were posted for public view on the Bureau's Web site. The revised guidelines were published in July 1998.

- ◆ In 1998, the Bureau requested feedback from those who use its merger review services. Of those who responded, 75 percent said that the service was "excellent," 23 percent felt that the service was "good," and 2 percent — representing just one case — rated it as "poor" (see Table 2). The Bureau will continue to monitor its progress.
- ◆ One year after adopting fees and service standards, the Bureau hosted a day-long forum for close to 60 senior members of Canada's competition policy community in February 1999. The feedback received was favourable.

**Table 1 Informing Canadians: Highlights 1998-99**

INDUSTRY SECTOR AND ISSUE	COMPETITION BUREAU INTERVENTION	OUTCOME AND POTENTIAL BENEFITS FOR CANADIANS
<b>Monitoring</b>		
<p><b>Major national retailers — ongoing monitoring</b></p> <p>In response to complaints from Canadians and the Consumers' Association of Canada, the Bureau checked a total of 107 stores representing 14 national retailers across the country, that were using computerized bar code scanners to read product prices.</p>	<p>Results of the price accuracy check were shared with the head offices of the 14 retailers. They agreed to improve their scanning systems. The Retail Council of Canada (the main contact for the Price Accuracy Committee) was also advised. Preliminary results of the first in a series of follow-up checks show an increase in price accuracy from a year ago.</p>	<p>Agreement was reached with the Retail Council of Canada, the Consumers' Association of Canada and <i>Option Consommateurs</i> to promote price accuracy information through the Bureau's <i>Be a Smart Shopper: Make Sure You Pay the Right Price</i> pamphlet and via electronic links to the Bureau's Web site. The Retail Council and the Price Accuracy Committee also published a best practices guide.</p>
<b>Public Education Initiatives</b>		
<p><b>The jewellery industry</b></p> <p>Each year the Bureau receives a number of complaints about misleading advertising and deceptive marketing practices related to the jewellery industry.</p>	<p><i>On Guard for Thee</i>, a bulletin explaining the responsibilities of jewellery dealers under the <i>Competition Act</i> and the <i>Precious Metals Marking Act</i> and Regulations, is posted on the Bureau's Web site, used at trade shows and distributed during client visits.</p>	<p>Ongoing public education initiatives such as this one increase awareness within the jewellery industry of the dos and don'ts under the <i>Competition Act</i>.</p>
<p><b>The computer software industry</b></p> <p>Because of the proliferation of computers in Canadian homes and offices, the Bureau began monitoring manufacturers' software claims in 1996. The results of a 1997-98 study showed that, of the 2000 claims made on 140 pieces of software acquired by the Bureau, slightly more than 8 percent were found to be misleading.</p>	<p>The Bureau published <i>Be a Smart Shopper: Know Your Software and Software Claims Survey — Analysis Report</i> in 1998-99. These materials were widely distributed during a national public education campaign, and are available on the Bureau's Web site.</p>	<p>Through active media relations, the Bureau has increased public awareness about claims made by the computer software industry. The results of the Bureau's <i>Software Claims Survey — Analysis Report</i> are shared with software producers, distributors and retailers during routine client visits.</p>

Note: For enforcement policy considerations, some names have been withheld.

**Table 2 Feedback on Merger Review Services, November 1997 to November 1998**

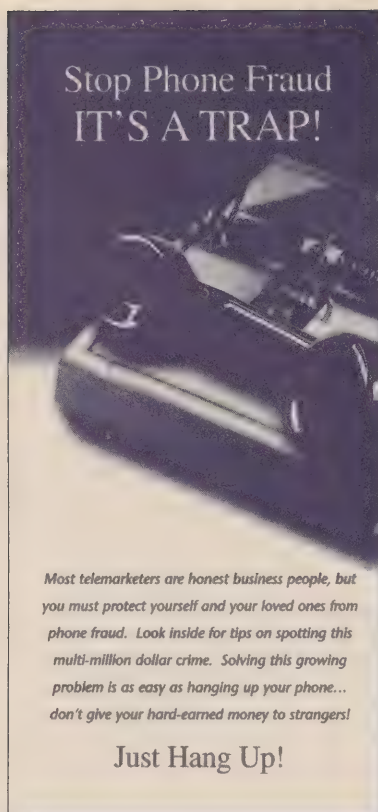
BUSINESS LINE	NUMBER OF RESPONSES			
	Poor	Fair	Good	Excellent
Merger Review	1	0	6	28
Advisory Opinions	0	0	4	4
Percentage	2%	—	23%	75%

## Partnerships

The Bureau continues to be very active in seeking partnerships through which to reach its target audiences, and to work with other agencies dedicated to the goals of law enforcement and maintaining a competitive marketplace.

For instance, the pamphlet *Stop Phone Fraud, It's a Trap!* (see page 6) is a joint effort with a wide variety of partners from the public and private sectors, as well as non-profit groups.





The Bureau's partnerships with the public sector are numerous. For example, the Bureau receives legal advice from, and works in close partnership with, a specialized group of lawyers at the federal Department of Justice. It also works with other federal government departments to incorporate sound policy principles into Canada's trade and economic agenda.

Across Canada, the Bureau maintains regular contact with provincial agencies working on consumer protection, law enforcement and justice issues.

In November 1998, the Bureau participated in the launch of Canshare, a state-of-the-art, Internet-based alert network for law enforcement agencies. This early warning system is designed to increase information sharing on a broad range of consumer protection issues. Such intergovernmental cooperation helps the Bureau track deceptive telemarketing and other kinds of scams, and reduce financial losses for Canadians.

## The Internet: A Major Communications Tool

The Internet has become a primary vehicle for informing Canadians, businesses, stakeholders and the media of new developments. In turn, Canadians are increasingly using the Bureau's electronic services to request information and register complaints on-line.

The goal is to ensure round-the-clock service at the click of a mouse button. Current reports, business and consumer alerts, and press releases are available 24 hours a day, 365 days a year.

The most popular of the Bureau's Web pages are those dealing with consumer awareness and labelling, in addition to the Bureau's on-line publications, which address a range of issues, from packaging to precious metals.

However, the Bureau is aware that consultations, the Internet and printed materials cannot meet every need. Individuals may sometimes wish to discuss suspected anti-competitive activities or explore a proposed merger in private. To this end, the Bureau operates on an open door policy, with the Commissioner and individual staff members available to the Bureau's wide range of clients.

---

### ***Timely Delivery of Information***

*The quality of the Bureau's advice and decision making is only as good as its ability to stay on top of current trends and issues. This is why it continues to place a great deal of emphasis on the library and research services offered by its Resource Centre.*

*The key is not to amass information, but to find the most cost-effective and efficient ways of using the Internet and the sophisticated search tools it offers. The Bureau's goal is to ensure that up-to-the-minute information on antitrust cases is available on every desktop computer.*

*Except where confidentiality provisions must be respected, the Bureau's collection, which is not duplicated anywhere in the country, can be consulted by the general public.*

---



## 3 PROMOTING COMPETITION

---

The main objective of the *Competition Act* is to create an environment where Canadians can enjoy the benefits of competitive prices, product choice and quality services in a vibrant and healthy marketplace.

To fulfil this objective, the Competition Bureau frequently intervenes at hearings of federal and provincial regulatory boards and tribunals in Canada. It has also taken a leadership role in issues relating to antitrust policy internationally.

### **Domestic Markets**

#### ***Formal Interventions***

The Bureau's interventions relating to the deregulation of certain industries have a dual purpose. First, they sustain and promote a competitive environment. Second, they ensure that if regulation is required, the form of regulation that least distorts competition and efficiency in the affected markets is chosen.

In 1998-99 for example, the Bureau made a number of significant interventions. They ranged from submissions aimed at maintaining choice in the marketplace for baby foods to several interventions aimed at promoting competition in the electricity sectors in Ontario and Alberta. Tables 3 and 4 (pages 8-13) provide an overview of these activities.

---

#### ***The Bureau's broad partnership role***

*To protect the public interest, the Competition Bureau makes representations on competition issues before federal and provincial boards, commissions and tribunals.*

*The Bureau frequently works with other governments and their agencies in developing competition policy, and is regularly invited to participate in government policy-making initiatives.*

*For instance, interventions on the proposed restructuring of the Ontario and Alberta electricity markets outlined in the following tables demonstrate how the Bureau's resources are used to help protect public interests and consumer choice.*

---

**Table 3 Competition Bureau: Interventions 1998-99**

INDUSTRY SECTOR AND ISSUE	COMPETITION BUREAU INTERVENTION	OUTCOME AND POTENTIAL BENEFITS FOR CANADIANS
<b>Broadcasting, Telecommunications and New Media (Internet)</b>		
<p><b>Fixed satellite services</b></p> <p>The extent to which Telesat Canada's satellite rates and services should be deregulated during the transition to competitive markets.</p> <p>(CRTC PN 98-8 and Decision 98-4)</p>	<p>The Competition Bureau said that Telesat should continue to be regulated until such time as the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) is satisfied that the company will no longer be able to exercise market power.</p>	<p>The CRTC accepted the Bureau's relevant market definitions and competitive analysis in determining the extent to which it would continue to regulate Telesat.</p> <p>Broadcasters and telecommunications users who rely on Telesat are protected from Telesat's ability to exercise market power during the transition to competitive markets.</p>
<p><b>Television broadcasting</b></p> <p>A broad range of issues relating to the Canadian TV broadcast industry were examined.</p> <p>(CRTC PN 1998-44)</p>	<p>The Bureau's submission focussed on two issues:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ the desirability of eliminating the market entry test (in terms of economic impact) for licensing new local broadcasting undertakings; and</li> <li>◆ the role of the Bureau in examining TV broadcasting mergers, should existing ownership restrictions be relaxed.</li> </ul>	<p>At the end of 1998-99, the CRTC's decision was pending.</p> <p>Greater consumer choice and increased competition in local TV broadcasting markets is being sought.</p> <p>The preservation of competition in local TV markets is being sought.</p>
<p><b>International telecommunications services</b></p> <p>Teleglobe's application to the CRTC for complete and unconditional deregulation of its wholesale Canada-overseas telephone services, which link Canada to 240 destinations.</p>	<p>The Bureau supported the application on the grounds that recent CRTC decisions, changes in government policy, and technological change have combined to substantially reduce barriers to entry, thereby removing Teleglobe's monopoly position. As a result, new competitors can compete with Teleglobe in the wholesale market for Canada-overseas telephone services.</p>	<p>At the end of 1998-99, the CRTC's decision was pending.</p> <p>Increased competition in the wholesale and retail markets for Canada-overseas telephone services is being sought.</p> <p>Lower prices, as well as greater consumer choice and the introduction of innovative services should result.</p>
<p><b>Radio broadcasting</b></p> <p>The regulatory treatment given to joint industry management agreements in local radio broadcast markets.</p> <p>(CRTC PN 1998-42)</p>	<p>The Bureau submitted that radio station management agreements should be examined by the CRTC in the context of content and cultural objectives of the <i>Broadcasting Act</i>, and rely on the provisions of the <i>Competition Act</i> to safeguard competition in local radio advertising markets.</p>	<p>The CRTC issued its decision on March 31, 1999. It proposes to regulate radio industry management agreements through its power to license under the <i>Broadcasting Act</i>. The CRTC is seeking further comments on revisions required to its radio regulations to facilitate the new policy.</p> <p>The CRTC decision does not indicate the extent to which the impact on competition in local advertising markets will be a factor in its review of radio station management agreements.</p>

**Table 3 Competition Bureau: Interventions 1998-99 (cont.)**

INDUSTRY SECTOR AND ISSUE	COMPETITION BUREAU INTERVENTION	OUTCOME AND POTENTIAL BENEFITS FOR CANADIANS
<b>Broadcasting, Telecommunications and New Media (Internet) (cont.)</b>		
<p><b>Local telephone</b></p> <p>The allocation of local telephone start-up costs between incumbents and new entrants.</p> <p>(CRTC PN 98-10)</p>	<p>The Bureau argued that the CRTC should use principles of economically efficient pricing in determining the allocation of costs associated with providing access and interconnection arrangements for competition in local exchange services. The Bureau also expressed concern that existing local telcos, in an effort to limit competition, would attempt to pass on their costs to competitors.</p>	<p>The CRTC issued its decision on March 12, 1999, adopting most of the Bureau's recommendations.</p> <p>The growth of competitive local telephone markets and easier access for new firms entering local markets has been facilitated.</p>
<p><b>Television satellite signals</b></p> <p>The removal of restrictions to TV network signals from U.S. satellites.</p> <p>(CRTC PN 1998-60)</p>	<p>The Bureau argued that restricting the ability of Canadian broadcast distributors (cable companies) to access programming from U.S. satellites should be eliminated.</p>	<p>At the end of 1998-99, the CRTC's decision was pending.</p> <p>With lower costs for acquiring TV programming, competition will be increased among distributors of TV signals to Canadians.</p>
<p><b>Non-traditional broadcasting services, including the Internet and on-line new media services</b></p> <p>The extent to which the Internet and on-line new media should be regulated under the <i>Broadcasting Act</i>.</p> <p>(CRTC PN 98-20/98-82)</p>	<p>The Bureau argued that, given the evolution of the Internet and on-line new media services, the CRTC should begin a process of transition regarding the way the traditional broadcast industry is regulated. It also stressed the importance of ensuring that voluntary industry codes in the new media industry be in compliance with the <i>Competition Act</i>.</p>	<p>At the end of 1998-99, the CRTC's decision was pending.</p> <p>By discouraging unnecessary and costly regulation it will be easier for Canadian Internet, on-line new media and other applications (such as electronic commerce) to develop and remain competitive on a global scale.</p>
<b>Food</b>		
<p><b>Dairy product blends</b></p> <p>Imports of dairy product blends, particularly butteroil/sugar blends, had become a matter of increasing concern, with some interveners recommending import tariffs of 300 percent.</p> <p>In December 1997, the Governor in Council directed the Canadian International Trade Tribunal (CITT) to inquire into imports of dairy blends outside the coverage of Canada's tariff rate quotas.</p>	<p>In March 1998, the Bureau argued that an examination of the domestic market for imported dairy blends should take into account the positive competitive impact those imports are likely to have on food processors in terms of choice, price of inputs, efficient operations and increased sales.</p> <p>Moreover, the Bureau added that imposing tariffs would only delay the adjustments that the dairy industry must eventually make to an open trade environment.</p>	<p>At the conclusion of the hearings, the CITT put forward several options to the Governor in Council. In its closing submission, the Bureau supported only one of these options: special class pricing. This option is welfare enhancing, allows consumers and processors the benefits of import competition, and is consistent with a gradual transition to a competitive market.</p> <p>As a result of a reference from the Deputy Minister of Revenue Canada, the CITT undertook a review of the tariff classification of butteroil blends in January 1999. Since competition issues were not a focus of the hearings, the Bureau did not participate.</p>



**Table 3 Competition Bureau: Interventions 1998-99 (cont.)**

INDUSTRY SECTOR AND ISSUE	COMPETITION BUREAU INTERVENTION	OUTCOME AND POTENTIAL BENEFITS FOR CANADIANS
<b>Food (cont.)</b>		
<p><b>Material injury intervention</b></p> <p>Hearings before the CITT claimed that the dumping of baby food sold in jars by Gerber Canada Inc. had caused material injury to H.J. Heinz Company of Canada Ltd.</p>	<p>Following Revenue Canada's findings that Gerber had been selling U.S.-made baby food cheaper in Canada than in the U.S., the CITT held an inquiry to determine whether this dumping had caused material injury to Heinz's domestic production of jarred baby food.</p> <p>During its intervention, the Bureau argued that other events, trade restrictive practices among them, had caused injury to Heinz.</p> <p>When, in April 1998, the CITT determined that the dumping had caused injury to Heinz, duties averaging 30 cents per jar were imposed on Gerber baby food products. Gerber withdrew from the Canadian market, leaving Heinz as the sole marketer of jarred baby food.</p>	<p>Gerber Canada Inc. has sought to have the decision reviewed by a binational panel.</p> <p>At the time of writing the binational panel review is pending.</p> <p>Since the April 1998 finding of the CITT, Heinz has been the sole supplier of jarred baby food in Canada.</p> <p>Until the conclusion of the binational panel process, a monopoly situation exists in the baby food market in Canada.</p>
<p><b>Public interest inquiry</b></p> <p>Baby food sold in jars.</p>	<p>The Competition Bureau, Gerber Canada Inc., and numerous public interest advocates sought and obtained a public interest inquiry into whether the CITT should recommend to the Minister of Finance that the duties on baby food sold in jars be reduced or eliminated.</p>	<p>Following the most extensive hearing of its type, in November 1998, the CITT recommended that the duties be reduced by about two thirds. This would, the Tribunal said, recognize the interests of Canadian infants and caregivers in a competitive market.</p> <p>At the time of writing, the CITT's recommendation to the Minister of Finance was under consideration.</p>



**Table 3 Competition Bureau: Interventions 1998-99 (cont.)**

INDUSTRY SECTOR AND ISSUE	COMPETITION BUREAU INTERVENTION	OUTCOME AND POTENTIAL BENEFITS FOR CANADIANS
<b>Ontario Electricity Sector Restructuring</b>		
<p><b>Ontario's Energy Competition Act</b></p> <p>Adopted in the fall of 1998, this Act allows the province's electricity market to be opened up to both retail and generation competition during the year 2000.</p>	<p>In 1998-99 the Bureau continued to participate in the restructuring process through:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ two major submissions; and</li> <li>◆ advice to the Ontario government's Market Design Committee on restructuring the sector for a competitive environment.</li> </ul> <p>The Bureau's intervention has two main purposes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ To support the move to competition in Ontario's electricity generation and retail markets. This should result in more efficient use of resources and lower prices.</li> <li>◆ To ensure that the roles of the Competition Bureau and the industry regulator are appropriately assigned and coordinated so as to deal efficiently and effectively with any competition abuses that may arise, and to avoid unnecessary overlap and duplication between the two organizations.</li> </ul>	<p>Ontario's <i>Energy Competition Act</i> incorporates many key market and regulatory elements advocated by the Bureau in its submissions. For example:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Householders, if they wish, will have the opportunity to choose among competing energy providers starting in the year 2000.</li> <li>◆ A level playing field with respect to charges and fees will be established for public and private sector companies. This will ensure survival of only those who meet consumer demands at the lowest prices (and not on preferential tax and financing arrangements).</li> <li>◆ Owners of transmission and distribution facilities must set up separate affiliate companies for their competitive business. This will ensure they cannot use their monopolies to gain a competitive advantage in other markets by discriminating against competitors.</li> <li>◆ Regulation will be minimized by a requirement that it will be removed where there is sufficient competition to protect public interests.</li> </ul>
<b>Ontario Natural Gas</b>		
<p><b>Improving the competitive framework in the sale of natural gas in Ontario</b></p> <p>Competition in retailing natural gas is not new in Ontario. However, a pre-existing regulatory and legislative framework limited true competition on pricing and service levels.</p>	<p>The Bureau's interventions promoted market structure changes to allow Ontario consumers to enjoy the full benefits of competitive and efficient natural gas supplies. Interventions included comments to the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ the Ontario government on proposed natural gas regulatory amendments in Bill 35, the <i>Energy Competition Act</i>; and</li> <li>◆ the Ontario Energy Board on a proposed licensing scheme for marketers of natural gas to households and other low-volume users.</li> </ul>	<p>The <i>Competition Act</i> and the Ontario Energy Board's authority will protect small-volume customers from anti-competitive and unfair business practices and provide clear rules for natural gas marketers. This will be done by:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ making it an objective of the Board to facilitate competition;</li> <li>◆ removing regulation where there is sufficient competition to protect public interests;</li> <li>◆ having the Board govern relations between regulated natural gas distribution utilities and their competitive market affiliates; and</li> <li>◆ requiring gas marketers to be licenced under the Board's authority.</li> </ul> <p>These and other amendments will pave the way for competitively priced, more innovative gas service offerings, allowing Canadians to benefit fully from a vibrant and healthy marketplace.</p>

**Table 3 Competition Bureau: Interventions 1998-99 (cont.)**

INDUSTRY SECTOR AND ISSUE	COMPETITION BUREAU INTERVENTION	OUTCOME AND POTENTIAL BENEFITS FOR CANADIANS
<b>Alberta Electricity Market Restructuring</b>		
<p>The restructuring of the Alberta electricity market</p> <p>The promotion of appropriate roles and responsibilities for the Alberta electricity industry regulator and the Competition Bureau in Alberta, and providing Alberta market participants with information on Canadian competition law and policy.</p>	<p>During 1998-99 the Bureau made a presentation to the Market Surveillance Workshop on Competition Law in Alberta. The Bureau also contributed to the Alberta government's electricity Market Surveillance Regulation, which was adopted in December 1998.</p>	<p>By explicitly recognizing the role of competition law in dealing with anti-competitive business practices in the province, clear lines of responsibility have been drawn between Alberta's Market Surveillance Regulation authority and the Competition Bureau. As a result, the surveillance authority will refer any business behaviour that may contravene the <i>Competition Act</i> directly to the Bureau for investigation and possible action.</p> <p>Clarification of federal and provincial roles will result in:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ clear rules for business and lower compliance costs — savings that can be passed on to Canadians; and</li> <li>◆ greater clarity for the regulator and the Bureau, and the elimination of overlapping investigations and interventions — resulting in savings to taxpayers.</li> </ul>
<b>Draft Ontario Franchise Disclosure Legislation</b>		
<p>The Competition Bureau's submission on franchise disclosure legislation as set out in a consultation paper issued by the Ontario Ministry of Consumer and Commercial Relations</p> <p>This Ministry's paper follows years of effort to establish a franchise law in Ontario.</p>	<p>In light of a number of complaints from franchisees about alleged misrepresentations by franchisers, the Bureau expressed its support for the proposed disclosure requirements.</p> <p>As well, the Bureau alerted the Ministry to potential competition concerns on some aspects of the consultation paper. The Bureau cautioned against legislation that would lead to common pricing, market or customer allocation; joint action to prevent entry; preventing franchisees from setting prices lower than those suggested by their franchisers; or any other conduct that could lessen competition within the industry or for Canadians.</p>	<p>The draft legislation, if passed, would ensure that all parties are bound by clear rules on:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ specific disclosure requirements by franchisers to prospective franchisees;</li> <li>◆ the right of franchisees to associate;</li> <li>◆ definitions of franchise arrangements to be covered by the legislation; and</li> <li>◆ a process for the systematic collection of information on franchise activities.</li> </ul> <p>In short, the disclosure requirements would provide greater transparency and create a more informed marketplace. They could serve as a model for franchise disclosure legislation in other provinces. As of this writing, only Alberta has proclaimed such a law.</p>

**Table 4 Competition Bureau: Enforcement Activities 1998-99**

INDUSTRY SECTOR AND ISSUE	COMPETITION BUREAU INTERVENTION	OUTCOME AND POTENTIAL BENEFITS FOR CANADIANS
<b>Alternative Case Resolution</b>		
<p><b>Airport park-and-ride services</b></p> <p>Among its activities, an airport authority operates various parking and related shuttle bus services for travellers. The operator of an off-site park-and-ride company offered a similar service to travellers in competition with the airport. This operator complained to the Bureau. The complainant claimed that the airport's entrance fees and its access policies were anti-competitive.</p>	<p>The Bureau examined the complaint under the abuse of dominant position provisions of the <i>Competition Act</i>.</p>	<p>During the course of several discussions with the airport, the park-and-ride operator reached a settlement with the airport. In addition, the airport agreed to alter its ground transportation policy to conform with the <i>Competition Act</i>.</p> <p>A valuable competitor was able to remain in the market for consumer choice in park-and-ride services and prices. This case was also important for demonstrating to other airport authorities that if they engage in competition with off-site rivals, then they should ensure that the <i>Competition Act</i> is not violated.</p>
<p><b>Camera parts and the repair of a well-known brand of cameras</b></p> <p>The exclusive distributor for a well-known brand of cameras in Canada refused to continue to supply parts to the complainant. As a result, the complainant could no longer provide competitive repair services.</p>	<p>Bureau staff made several telephone calls to discuss the matter with the distributor.</p>	<p>The supply of camera parts was restored.</p> <p>Consumer repair services for this particular brand of cameras have been reinstated.</p>
<p><b>Distribution of videos in Eastern Canada</b></p> <p>A major producer of videos discontinued the supply of videos to a distributor in Eastern Canada. The distributor claimed that this would substantially affect its business, and that competition would be lessened as a result.</p>	<p>Representations were made by the Bureau regarding the supply of videos.</p>	<p>The supply of videos was restored.</p> <p>The distributor and its clients benefited from the supply of a full line of videos — averting the potential negative effects to the distributor's business and a likely lessening of competition in the marketplace for these products.</p>



## **Informal Cooperation**

The Bureau is an active participant in the design of voluntary codes of conduct, norms and standards for a host of professional and industry associations. Bureau staff are available to meet with association members, both individually or as a group.

In September 1998, for example, the Bureau was invited to address delegates to the Canadian Real Estate Association national conference and trade show. It took this opportunity to communicate its vision for replacing the 10-year-old prohibition order with an effective voluntary code of conduct.

The issuance of the prohibition order was the result of investigations by the Bureau into alleged anti-competitive conduct by several real estate boards and associations. Because it prohibits specific types of anti-competitive behaviour, the order is effectively a mandatory code of conduct respecting competition matters for the industry.

The Bureau advocates the adoption of a voluntary code of conduct — one that will promote best competition practices, rather than minimal compliance with the law. This will provide a better model for fulfilling the broader competitive objectives of the real estate industry in today's changing world.

Toward this goal, Bureau staff are consulting with stakeholders. The Bureau would like to work in partnership with all of the stakeholders to develop a code of conduct that will not only build on the achievements of the prohibition order, but will also be more efficient, requiring fewer resources to administer.

As well, Bureau staff were involved in consultations with industry and other government agencies to promote awareness of labelling, accreditation and general competition issues.

- ◆ The Jewellery Accreditation Program invited Bureau staff to participate in discussions on an accreditation program for jewellery appraisers that will be recognized industry-wide.
- ◆ The Bureau worked with representatives of the pet food industry and interested stakeholders to explore the usefulness of a voluntary code for the labelling of pet food products.
- ◆ Bureau staff are continuing to conduct regular consultations with textile, upholstery and apparel industry associations.

## **International Activities**

In an increasingly interconnected world, we cannot focus solely on domestic markets. With globalization, the number of businesses operating across borders is growing rapidly. This implies a greater risk that anti-competitive activities may be spread over several jurisdictions.

For this reason, the Bureau is actively involved in the promotion and development of sound competition laws and policies, together with appropriate enforcement, around the world.

---

### ***Multinational merger activity***

*The recent proliferation of multinational merger activity implies a certain degree of cooperation among national and regional competition authorities.*

*The Competition Bureau strives to work with its foreign counterparts at an early stage of the merger review process. Discussions range from product market definitions to entry conditions and the coordination of remedies.*

---

## **Organisation for Economic Co-operation and Development**

In June 1998, the Competition Bureau's Commissioner was elected to chair the working party of the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) Competition Law and Policy Committee. This working party on enforcement cooperation is an important contributor to the development of concepts and ideas to encourage international harmony among competition authorities. During the fiscal year, the OECD working party finalized a framework for notification, as well as a report form for transnational mergers.

Although the framework is not binding for OECD member countries, it is designed to promote the substantive and procedural convergence of notification forms. The framework can also offer guidance to countries wishing to modify information requirements on a case-by-case basis. This will help to improve efficiency in enforcement cases involving transnational mergers, to the benefit of businesses with operations in several jurisdictions. The framework was approved by the OECD Council in February 1999.

The Bureau is also a member of the OECD Consumer Policy Committee. As such, it is participating in the drafting of the electronic commerce guidelines, including those dealing with on-line investment services.

## **The Internationalization of Competition Policy**

The Bureau continues to participate in a working group at the World Trade Organization (WTO) examining the interaction between trade and competition policy, and in negotiations directed toward establishing a Free Trade Area of the Americas and a free trade agreement with the members of European Free Trade Association.

Rather than continue the ad hoc approach to competition policy that has been taken in recent WTO agreements, the Bureau has been involved in examining the viability of establishing a sound multilateral competition framework at the WTO to advance competition policy internationally. Some of the key building blocks are now in place and others are being worked out at the OECD.

Through these activities, Canada plays an important role in achieving the goals of competition policy on a multilateral basis.

---

### ***X-ray fluorescence analysis for jewellery***

*Bureau staff are working with colleagues in Canada and abroad to find new ways of assessing the precious metal content of jewellery without having to dismantle it or break it apart. To broaden its network, the Bureau participated at the June 1998 meeting of the International Conference of the Association of European Assay Offices held in Prague, in the Czech Republic.*

---

## **Positive Comity**

One tangible example of increased cooperation with other jurisdictions is the expanded use of what is known as "positive comity."

The concept is relatively straightforward. It can be applied to situations where anti-competitive activity in one country harms both Canada's markets and the country's markets. At the same time, the anti-competitive activity in question is remediable through the country's domestic competition legislation.

Positive comity requires the other country to give due consideration to a request from Canada in order for Canada to begin an investigation (or expand an existing investigation), and to seek an appropriate remedy that would address Canada's concerns.

Such an approach ensures that anti-competitive conduct that harms more than one jurisdiction will be addressed by the jurisdiction in the best position to seek a viable remedy. It also eliminates the pitfalls associated with the extraterritorial application of domestic legislation.

### ***Positive Comity at Work***

A general positive comity provision has been present in the antitrust cooperation agreement with the Bureau's U.S. counterparts since the agreement was established in 1995. A positive comity provision is also present in the cooperation agreement with the European Community, which the Bureau hopes will come into effect during the first half of the 1999-2000 fiscal year.

Since positive comity requests flow both ways, Canada must also be ready to consider such requests — in line with its international obligations. The Bureau is also examining the possibility of increasing the specificity of such obligations in relation to its cooperative efforts with its counterparts in the United States.

### ***Strengthening Cross-border Relationships***

Canada's closest trade relationship is with the United States, and it is within this relationship that the Bureau has been able to explore a number of cooperative issues. The following are some of these issues:

- ◆ the organization of more coordinated or parallel investigations;
- ◆ the coordination of searches, where appropriate;
- ◆ the sharing of information within the limits set by national laws;
- ◆ the timing of activities to ensure maximum results; and
- ◆ mutual assistance in obtaining necessary evidence.



## 4 REVIEWING MERGERS

In an era of economic and industry restructuring, the current wave of merger activity around the world could continue well into the next century.

The Competition Bureau dealt with 360 merger cases in 1998-99 (see Table 5).

Several of the mergers examined by the Bureau involved key infrastructure industries, such as banking, national media, and the refining and retailing of gasoline — each of which affects communities across Canada.

### **Royal Bank of Canada–Bank of Montreal and Canadian Imperial Bank of Commerce–Toronto-Dominion Bank**

These proposed transactions resulted in the two single most extensive and exhaustive merger reviews ever carried out in Canada. The combined Canadian assets of the four merging banks totalled about \$590 billion. (The next largest was the merger between Imperial Oil and Texaco Canada in 1989, where the two companies had combined Canadian assets of \$13.8 billion.)

During the investigations, staff interviewed individuals across Canada, reviewed a total of 1100 boxes of documents from the four banks and created a data base of almost half a million pages. This work was conducted under the close scrutiny of an unprecedented level of public interest throughout the 10-month merger examination period.

In his assessment to the four bank chairs and to the Minister of Finance, the Commissioner determined that the proposed mergers, as they were presented, would likely lead to a substantial lessening or prevention of competition that would cause higher prices and lower levels of service and choice for several key banking services in Canada.

**Table 5 Breakdown of Mergers by Year, 1995-99**

BUSINESS LINE	1995-96	1996-97	1997-98	1998-99
Pre-merger notification filing	64	64	90	112
Advance ruling certificate request	142	224	284	222
Other examinations	22	31	19	26
Total	228	319	393	360

The Bureau found that the proposed mergers would have been likely to lessen or prevent competition in three broadly defined lines of business: branch banking, credit cards and the securities industry. In each case, potentially troublesome geographic markets were identified, and reasons for the Bureau's conclusions were clearly set out in letters to each of the bank chairmen. (The full text of both letters is available on the Bureau's Web site at <http://competition.ic.gc.ca>)

Citing the Bureau's analysis as a key factor in his decision making, the Minister of Finance announced in December 1998 that the two mergers would not be allowed to proceed.

### **Superior Propane and ICG Propane**

Superior Propane and ICG Propane operate a network of branches and distribution outlets across Canada, selling propane and related equipment to wholesale, commercial, industrial, residential, agricultural and automotive sectors. The companies are the two largest suppliers of propane and related equipment in Canada, with a combined market share of 73 percent on a national basis.

In December 1998, the Bureau's investigators found that the proposed transaction would give the merged entity a monopoly or near monopoly position in 26 local markets, and market shares exceeding 65 percent in 21 additional local markets. This would leave Superior Propane as the only propane firm able to provide nationwide service to major national accounts. The Bureau believed that this would leave many Canadians with limited purchasing options.

However, the Competition Tribunal dismissed the Bureau's application for an injunction to prevent the closing of the transaction, which went ahead as planned in December 1998.

In a separate ruling, the Tribunal accepted the Bureau's subsequent request for a "hold separate" agreement. This means that Superior Propane and ICG Propane must continue to operate as separate entities until the Tribunal has had time to fully consider the serious competition concerns raised by the Bureau. Scheduled to be heard in September 1999, this may be a landmark case on the meaning of efficiencies and the extent to which efficiencies can save an otherwise anti-competitive transaction.

### **Petro-Canada and Ultramar Diamond Shamrock**

This proposed \$8-billion deal would have resulted in Petro-Canada merging its five refineries and 3517 service stations with Ultramar's two refineries and 1713 service stations in Eastern Canada, as well as some assets in the Northeastern United States.

Following a five-month examination of the proposal, the Bureau determined that the proposed merger of two major players in Quebec and Atlantic Canada would lead to a substantial lessening or prevention of competition. Key concerns related to markets in Quebec and Atlantic Canada, where the two companies compete at both wholesale and retail levels. The concerns included the following:

- ◆ the removal of a vigorous and effective competitor such as Ultramar at both the wholesale and retail levels for gasoline and other oil-based products;
- ◆ increased levels of concentration for gasoline and distillate products, and the likelihood that prices could increase; and
- ◆ the fact that costs at the wholesale level inevitably trickle down to consumers over the longer term.

In mergers of this size, there is often room to restructure a deal to alleviate competition concerns. However, in this instance no workable alternatives could be found. After careful consideration of the Bureau's concerns, the parties announced they would not complete the transaction. Today, they continue to compete in the supply of refined petroleum products — a plus for independent gasoline retailers and consumers looking for product choice and competitive pricing.

### **Southam Inc. and *The Financial Post***

The Bureau's focus when examining proposed mergers in the print media is on preserving competition in advertising, not in editorial diversity.

Following a month-long review of Southam's proposed acquisition of *The Financial Post* newspaper from Sun Media Corporation in August 1998, the Bureau did not challenge this transaction.

In its decision, the Bureau concluded that combining *The Financial Post* with the new daily (now known as the *National Post*) would not prevent competition substantially in the marketplace. Moreover, it was felt that the introduction of the new, merged daily newspaper would drastically alter the newspaper landscape and that it could result in even more vigorous competition.

However, the Bureau has undertaken to keep a watchful eye on future market developments, to ensure that advertisers across the country have access to a range of media alternatives. Advertisers can then continue to reach their target audiences at the best possible prices.



## Sun Media Corporation, Torstar Corporation and Quebecor Inc.

In the period from October 1998 to January 1999, the Bureau reviewed the following three transactions involving Sun Media Corporation and its assets:

- ◆ Torstar Corporation's bid for all outstanding shares of Sun Media Corporation;
- ◆ a subsequent bid by Quebecor Inc. for all outstanding shares of Sun Media Corporation; and
- ◆ Torstar Corporation's proposed acquisition from Quebecor of *The Hamilton Spectator*, the *Cambridge Reporter*, the *Guelph Mercury* and *The Record* in Kitchener-Waterloo from Sun Media Corporation.

In the first instance, the Bureau concluded that Torstar's proposed acquisition of Sun Media would lead to a substantial lessening of competition in the Greater Toronto area. The Bureau's research found that Torstar's *The Toronto Star* and Sun Media's *The Toronto Sun* compete vigorously for retail and classified advertising.

The second case — Quebecor's acquisition of Sun Media — raised no issue under the *Competition Act*. The two companies have no overlapping operations, and do not compete for advertising. Quebecor's daily newspapers are located in Quebec and Manitoba, while Sun Media's are in Ontario and Alberta.

In the third proposal, the Bureau did not identify any anti-competitive effects resulting from Torstar's

proposed acquisition of Sun Media's newspaper holdings just outside of Toronto. Therefore, it did not oppose Quebecor's sale to Torstar of the four Sun Media publications it had recently acquired in the Hamilton, Cambridge, Guelph and Kitchener-Waterloo markets.

## Canadian Waste Services and WMI Waste Management of Canada, Inc.

In October 1998, the Bureau announced that it would not challenge the acquisition by Canadian Waste Services of certain non-hazardous solid waste assets belonging to WMI Waste Management of Canada, Inc.

However, as a result of serious competition concerns identified by the Bureau in the commercial "front-end" business, Canadian Waste Services agreed to sell WMI's commercial collection assets in certain markets.

Divestitures following an acquisition are common. In previous waste acquisitions, the Bureau has required divestiture to eliminate any possibility of a substantial lessening of competition in markets or services.

Information on these merger reviews and other merger information can be found on the Bureau's Web site (<http://competition.ic.gc.ca>).

When conducting merger reviews, the Bureau understands that time is of the essence. As a result, the Bureau monitors its performance to ensure that it is meeting prescribed service standards (see Table 6).

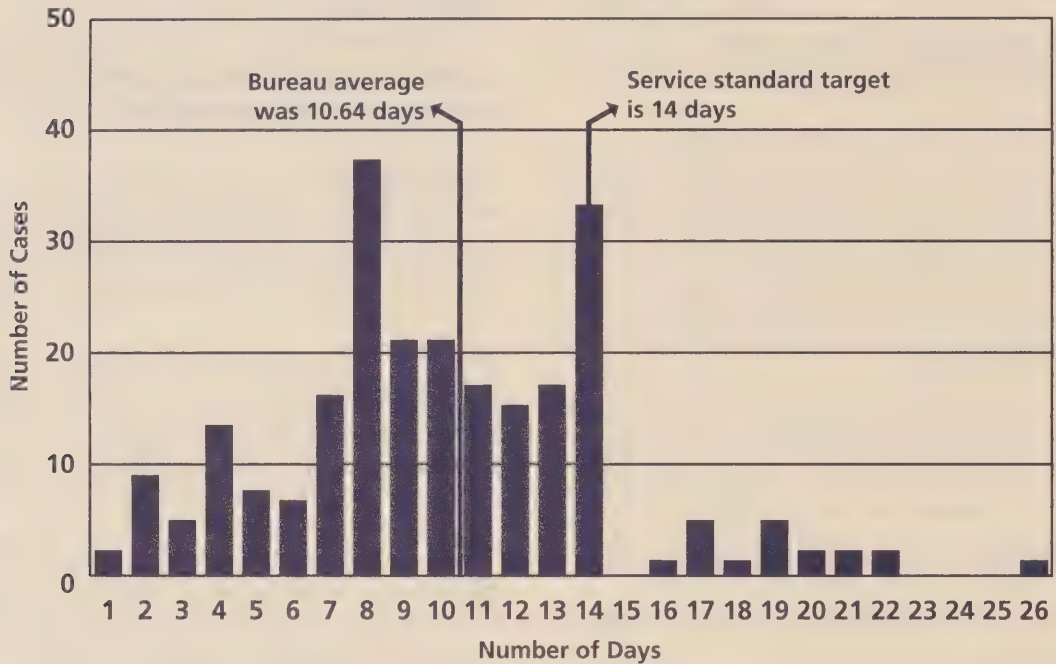
**Table 6 Merger Review: Meeting Service Standards, November 1997 to November 1998**

COMPLEXITY	NUMBER OF TRANSACTIONS	SERVICE STANDARD TARGET	MET	
			(#)	(%)
Not Complex	256	14 days	232	91%
Complex	40	10 weeks	39	98%
Very Complex	1	5 months	1	100%
Total	297	—	272	92%

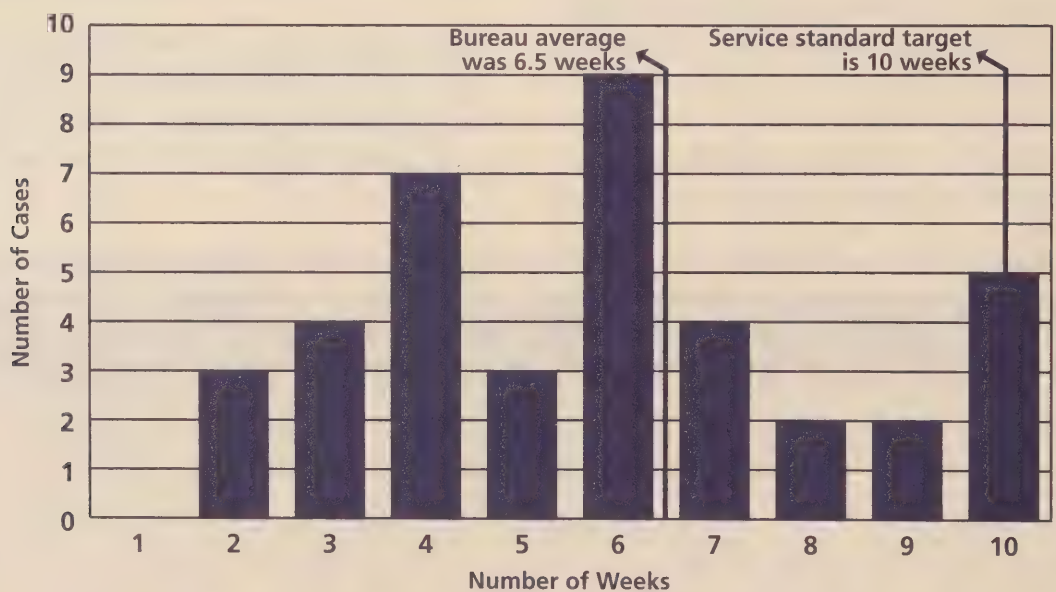


Figures 1 and 2 illustrate that, in the vast majority of cases, the Bureau met or surpassed its service standards during the first year in which these standards were established.

**Figure 1 Service Standard: Meeting our Target Non-complex Transactions, November 1997 to November 1998**



**Figure 2 Service Standard: Meeting our Target Complex Transactions, November 1997 to November 1998**



## 5 PREVENTING ANTI-COMPETITIVE ACTIVITY

In investigating complaints about possible offences, the Competition Bureau has two courses of action at its disposal.

First, the Bureau works with companies to eliminate anti-competitive behaviour and helps them learn to comply with the law. Based on the conformity continuum, the Bureau engages in a range of activities, including promotional activities, monitoring the marketplace and dealing with non-conformity by individuals or companies. Second, when there is no possibility of cooperation, cases are referred to the Attorney General of Canada for prosecution in the criminal courts or are taken before the Competition Tribunal.

Partly as a result of better detection methods and of granting immunity or favourable treatment to cooperating parties, the Competition Bureau experienced a busy year in 1998-99. More than \$42 million was levied in fines. In addition, a number of cases were discontinued for lack of evidence or for other reasons after formal inquiries were conducted (see Appendix I: Discontinued Cases).

The types of anti-competitive behaviour investigated by the Bureau are defined in four separate Acts: the *Competition Act*, the *Consumer Packaging and Labelling Act*, the *Precious Metals Marking Act*, and the *Textile Labelling Act*. Information on these Acts can be found on the Bureau's Web site (<http://competition.ic.gc.ca>).

A representative sample of cases pursued by the Bureau appears in Table 7.

**Table 7 Ensuring Marketplace Integrity: Highlights 1998-99**

INDUSTRY SECTOR AND ISSUE	COMPETITION BUREAU INTERVENTION	OUTCOME AND POTENTIAL BENEFITS FOR CANADIANS
<b>Prosecution</b>		
<b>Deceptive telemarketing and direct mail activities</b>  National Clearing House-Nationwide Clearing House and The National Clearing House conducted deceptive telemarketing and direct mail activities in Canada.	After conducting a search of Nationwide premises in March 1997 and completing an investigation of numerous consumer complaints, the Bureau laid charges against these companies and their two principals.	The companies and their president were fined a total of \$300 000 — the highest fine ever for this type of fraudulent activity.
<b>Deceptive telemarketing</b>  American Family Publishers, Publishers Central and First Canadian Publishers bilked hundreds of Canadians out of their savings by promising valuable prizes if they purchased various items at what turned out to be grossly inflated prices. They promised additional purchases would result in even more "valuable" prizes, but none ever materialized.	After following up on numerous complaints, and by working closely with PhoneBusters, the Bureau was able to lay charges against the companies involved.	After pleading guilty, the president of this multi-company (17 in total) scam and 17 telemarketers were fined, sentenced to jail terms and ordered to carry out community work. The jail terms were the first ever imposed by a Canadian court against telemarketers under the <i>Competition Act</i> . Other individuals are still awaiting trial.

**Table 7 Ensuring Marketplace Integrity: Highlights 1998-99 (cont.)**

INDUSTRY SECTOR AND ISSUE	COMPETITION BUREAU INTERVENTION	OUTCOME AND POTENTIAL BENEFITS FOR CANADIANS
<b>Prosecution (cont.)</b>		
<p><b>Multi-level marketing</b></p> <p>Charles Barrie Press, co-founder, The Integrity Group (Canada) Inc.</p> <p>This Calgary-based multi-level marketing firm sold telephone services, a satellite dish, training programs and food products, and held meetings to recruit potential salespeople in Quebec, Ontario and Manitoba.</p>	<p>In response to complaints, the Bureau found that the company made false claims about potential compensation to salespeople. This contravened section 55(2) of the <i>Competition Act</i>. The compensation plan was also promoted on the Internet, where no proper disclosure of rewards to be received was made.</p>	<p>In February 1999, Mr. Press was found guilty of seven charges under the <i>Competition Act</i> and fined \$50 000 on four charges. The fine was the first imposed under the multi-level marketing provision of the Act. The company was also charged.</p>
<p><b>Misrepresentation of gold content in jewellery</b></p> <p>National Jewellery Ltd. in Lower Sackville, Nova Scotia, and Donald Bell Goldsmith of Bedford, Nova Scotia.</p> <p>Jewellery tests revealed a gold content below the declared quantity and below the tolerance set out in the Precious Metals Marking Regulations.</p>	<p>After tests conducted by the Royal Canadian Mint on a custom-ordered pendant revealed a lower gold content than advertised, the Bureau laid charges against the two companies. In this case, the vendor was also the manufacturer and had full control over the gold content of the article.</p>	<p>The company and Mr. Goldsmith were each fined \$350. Prosecutions like this help to ensure that jewellery is properly marked, and that Canadians get value for their dollar. They also help to eliminate this type of unfair competition.</p>
<b>Seizure or Removal from Sale</b>		
<p><b>Inadequate clothing labelling</b></p> <p>Ongoing monitoring under the Competition Bureau's Children and Junior Care Performance textile program.</p> <p>Performance tests carried out by the Bureau demonstrated that labelling on 24 000 units of children's and junior clothing was inadequate.</p>	<p>The Bureau negotiated the voluntary removal from sale of all items in violation of the <i>Textile Labelling Act</i> and Regulations. The estimated retail value of the clothing was \$500 000.</p>	<p>All items were returned to the manufacturer for re-labelling. Potential problems relating to care and cleaning were averted.</p>
<p><b>Domestic jewellery retailer</b></p> <p>Ongoing monitoring under the Competition Bureau's Surveillance of Quality of Gold Marketed in Canada program.</p> <p>On testing 14K gold jewellery from this retailer during routine surveillance, the Bureau found that it was of a lower quality than advertised.</p>	<p>The Bureau negotiated the voluntary destruction of 800 pieces of jewellery having a retail value of \$15 000.</p>	<p>The items were melted down in order that they could not be reintroduced into the market and sold to unsuspecting Canadians.</p>



**Table 7 Ensuring Marketplace Integrity: Highlights 1998-99 (cont.)**

INDUSTRY SECTOR AND ISSUE	COMPETITION BUREAU INTERVENTION	OUTCOME AND POTENTIAL BENEFITS FOR CANADIANS
<b>Consent Prohibition Order</b>		
<p>Canadian jewellery manufacturer</p> <p>Complaints regarding the marketing practices of A&amp;A Jewellery manufacturer, Summit Retail Services Inc. and 1012795 Ontario Limited.</p>	<p>Investigations conducted by the Competition Bureau determined that advertised claims and store signage alluding to going out of business and price reductions were misleading to Canadians.</p>	<p>In December 1998, the Federal Court of Canada issued a consent prohibition order where the companies agreed not to make any misleading representations as to a sale being conducted or prices being reduced.</p>
<b>Compliance Meetings and Warning Letters</b>		
<p>Domestic manufacturers of paint and related products</p> <p>Ongoing monitoring under the Consumer Packaging and Labelling Act.</p> <p>Inspections conducted across Canada revealed that more than 25 percent of products tested did not contain the net quantity declared on the label.</p>	<p>The Bureau solicited the cooperation of manufacturers to put sustainable controls in place to prevent a recurrence of this problem. The Bureau will conduct inspections to verify ongoing compliance and take additional corrective actions if necessary.</p>	<p>The Bureau's actions ensure that fair competition is restored to the marketplace, and that Canadians will continue to receive fair value.</p>

### **What happens after a complaint is made?**

*Each complaint is examined to determine whether a formal inquiry should be opened.*

*During an inquiry, the Bureau may contact other customers or competitors for more information. In some instances, staff will apply for court authorizations to search premises, examine or seize records, or question witnesses.*

*The Bureau keeps information confidential, disclosing it only to Canadian law enforcement agencies or for the purposes of the administration or enforcement of the Competition Act.*

*When a case cannot be resolved through mediation and cooperation, criminal matters may be referred to the Attorney General of Canada for possible prosecution before the criminal courts. Civil law matters may be referred to the Competition Tribunal for a decision.*

The following are examples of work related to alternative dispute resolution and enforcement that demonstrate the range of issues brought to the Bureau's attention. Some names have been withheld for enforcement policy considerations.

### **Domestic Activities**

#### **Auto Parts: Information Sessions**

After it came to the Bureau's attention that several companies selling auto parts had been collectively setting prices, staff visited the outlets to ensure that they fully understood the legal ramifications of this type of anti-competitive activity.

Following the Bureau's interventions, the industry distributed a circular to its members, outlining the types of pricing arrangements that fell within and outside of competition law. In total, more than 100 outlets received information on penalties for conspiring to destroy the competitive equilibrium of the marketplace.

This case is a classic example of the Bureau's conformity continuum at work. It demonstrates how information activities can be effective in correcting anti-competitive behaviour.

When incidents of alleged infractions to competition law can be handled through mediation and information sessions, the costs of expensive litigation and lengthy court battles can be eliminated, resulting in tangible benefits to Canadians.

### ***Regional Building Contracts: Bid-rigging***

In October 1998, the Bureau investigated allegations of bid-rigging among a group of civil engineering firms in a Quebec municipality. In collectively refusing to bid on a small construction job in the area, the engineers effectively forced the bid requesting organization to accept a higher than competitive rate for professional fees.

This case was resolved after a series of information sessions on the *Competition Act* and its prohibitions against bid-rigging. On learning of the possible consequences, the engineering firms undertook not to engage in this type of activity.

### ***Snow Removal: Conspiracy***

In January 1999, eight snow removal companies were fined close to \$3 million by the Quebec Superior Court following a guilty plea of conspiracy. The defendants conspired to share the market and unduly lessen competition in snow clearing, removal and transportation in the Québec area.

The offence involved an agreement to share the so-called "private" snow removal contract awarded between November 1994 and October 1995 by metropolitan Québec and towns and municipalities north of the St. Lawrence River. The agreement also encompassed area routes and highways managed by Quebec's provincial Ministry of Transport.

During the period under investigation, the private snow removal service cost the affected towns, municipalities and the Ministry of Transport in excess of \$16 million. The moment the investigation began, snow removal contract prices started to decline, resulting in substantial savings to metropolitan Québec taxpayers. For example, in one municipality, once a competitive market had been restored, the cost of snow clearing fell by as much as 20 percent.

### ***International Activities***

When international cartels are involved in conspiracy activities abroad, there can be a Canadian link as well. At the end of 1998-99, the Bureau was investigating 11 cases involving alleged price fixing and market sharing in several countries on three continents.

Criminal cartels harm the Canadian economy by forcing Canadians to pay higher prices for products. In such cases, the Bureau aggressively follows up on leads from the United States and other jurisdictions to ensure that the activities of criminal cartels are stopped and stringent penalties are levied as a deterrent. Canada is a leader in promoting coordination and cooperative investigations with international law enforcement agencies.

The following cases are the result of extensive criminal investigations conducted by the Bureau into international arrangements to fix prices and allocate market shares of suppliers of various products in Canada and abroad.

### ***UCAR Inc.: Price Fixing***

On March 18, 1999, UCAR Inc. of Welland, Ontario, pleaded guilty to implementing pricing directives from its foreign parent company. In Canada this was effectively a scheme to coordinate worldwide prices for graphite electrodes.

Graphite electrodes are used primarily in the production of steel in electric arc furnaces, the steelmaking technology used by all “mini-mills,” and for steel refining in ladle furnaces. Since the onset of the conspiracy in 1992, prices for this commodity in Canada had almost doubled.

UCAR, which is a subsidiary of Nashville, Tennessee-based UCAR International Inc. was fined \$11 million, the largest financial penalty ever imposed under the *Competition Act* for a single offence. Separately, UCAR also agreed to provide in excess of \$19 million in restitution to the Canadian victims of this scheme.

This case is yet another example of the Bureau’s conformity continuum at work. The Bureau would have sought even greater penalties if UCAR had not cooperated in the investigation or participated in the restitution plan. The Bureau’s investigation into the graphite electrode market continues.

### **Archer Daniels Midland Company: A Record \$16 Million in Fines**

After pleading guilty in May 1998 to participating in price-fixing and market-sharing conspiracies, Archer Daniels Midland Company (ADM) of Decatur, Illinois, was fined a total of \$16 million for three offences under the conspiracy provisions of the *Competition Act*, the largest total penalty ever imposed against a single firm under the *Competition Act*.

The charges were the result of extensive criminal investigations into a scheme to fix and allocate market shares among producers of lysine and citric acid between 1992 and 1995. Lysine is one of nine essential amino acids used in the production of feed for hogs and poultry. It promotes the growth of lean tissue. ADM agreed to cooperate with the Bureau in ongoing investigations into these and other food and feed additives.

High penalties like this send a clear message that conspiracy offences will not be tolerated in Canada, and that Canada is not a safe haven for those who would try to exploit Canadian consumers or businesses.

Two additional international lysine price-fixing convictions rounded out the restoration of competition in this part of the feed additives sector.

Ajinomoto Co. Inc. of Japan was convicted on one count of conspiracy under section 45 of the *Competition Act* and fined \$3.5 million in July 1998. Sewon America Inc., a subsidiary of Sewon Company Ltd. of Seoul, South Korea, also pleaded guilty to conspiracy charges and was fined \$70 000. Prohibition orders were also imposed on both companies.

The charges related to the conspiracy period between 1992 and 1995, when Canadian sales of lysine were approximately \$89 million.

---

### ***Prohibition orders***

*Prohibition orders issued by the courts do what their name implies: they order companies or individuals to desist from engaging in the activity in question.*

*Usually this information is required to be circulated among officers of an organization. Some prohibition orders also warn company directors and senior managers that they may become personally liable in the event of a repeat offence.*

---

### **Several Price-fixing Cartels: \$7 Million in Fines**

Following an October 1998 guilty plea on conspiring to fix prices and allocate market shares, two foreign-owned corporations — Swiss-based Jungbunzlauer International A.G. and Haarmann & Reimer Corp., a U.S. subsidiary of Bayer Corporation — were fined a total of \$6.7 million.



The charges followed extensive investigations by the Bureau into conspiracies relating to citric acid and sodium gluconate.

Citric acid is a flavour additive and preservative produced from various sugars. It is found in soft drinks, processed foods, detergents, pharmaceuticals and cosmetic products.

It was found that a number of non-Canadian firms participated in fixing prices and allocating market shares among major producers of citric acid for sales in Canada. The parties met in Canada and abroad on a continuing basis between 1991 and 1995. The amount of the fine reflected the fact that the companies accepted responsibility for their activities, and that they provided assistance to the Bureau in its investigation.

In Canada, sodium gluconate is used mainly as a cleansing and metal treatment agent in industry, and as a means of controlling the setting of concrete.

In February 1999, a further \$360 000 in fines were levied in a related case of price fixing and market sharing, involving Fujisawa Pharmaceutical Co. Ltd., a Japanese corporation based in Osaka and Tokyo. The above-mentioned conspirators met numerous times in Canada and abroad between 1987 and 1995. At these meetings, the parties entered into illegal agreements on the amount of each company's sales and pricing. Based on evidence obtained by the Bureau, Fujisawa's sales of sodium gluconate in Canada during the entire period of the offence totalled approximately \$1.8 million.

## MODERNIZING CANADA'S APPROACH TO COMPETITION LAW

### Adapting to Change

In order for consumers and business to receive full protection under the law, it is important for Canada's *Competition Act* to adapt to the changing times.

To this end, the Competition Bureau set up a permanent Amendments Unit during 1998-99. This will speed up the amendments process and ensure continuity from one round to another.

Over the year, the unit helped to shepherd Bill C-20, an Act to amend the *Competition Act*, through Parliament. First introduced in November 1996 as Bill C-67, and reintroduced a year later as Bill C-20, the revised bill was passed by the Senate on February 18, 1999. It received royal assent on March 11, 1999, and came into effect a week later, on March 18, 1999.

### Staying Relevant: Round I

The amendments contained in Bill C-20 modernize the *Competition Act*. As a result, Canada now has competition framework legislation that makes it easier for the Bureau and law enforcement agencies to deal with emerging business trends and current enforcement requirements in Canada and abroad.

For instance, Bill C-20 improves the Bureau's ability to deal with the following:

- ◆ fraudulent telemarketing;
- ◆ misleading advertising and other deceptive marketing practices, through the creation of a civil process to enable the Bureau to seek court orders to stop misleading advertising and deceptive marketing practices, while retaining criminal law for the most serious cases of deliberate misrepresentation; and

- ◆ ordinary price claims (comparison pricing), through the creation of two alternative tests and a civil process.

Both the Bureau and the business community will also benefit from further refinements to the merger notification process.

During the passage of Bill C-20 through Parliament, the House Standing Committee on Industry recommended some important changes to Bill C-20. They included the following:

- ◆ New provisions for narrowing the use of wiretapping to price-fixing and market-sharing conspiracies, and to the misrepresentation aspects of deceptive telemarketing. Wiretapping will also be available for investigations on bid-rigging. However, it will not be permitted for legitimate situations involving strategic alliances, joint ventures, mergers, benchmarking and other information-sharing arrangements. Any wiretapping arrangements first will require authorization from a superior court judge.
- ◆ The retaining of double-ticketing (whereby vendors must honour the lowest sticker price on store items) as a summary conviction offence.
- ◆ Clarification of what constitutes a business under the *Competition Act*. This will ensure that charities and other non-profit entities can be held responsible for the practices of telemarketers, marketing agents and any other activities carried out on their behalf.

In addition, the Senate and the House concurred on a whistleblowing clause that would apply only to the criminal law provisions of the *Competition Act*. (The maximum penalty for interfering with whistleblowers is two years in prison, as defined in section 126 of the *Criminal Code of Canada*.)

## **Staying Relevant: Round II**

The amendments that came into force on March 18, 1999, have strengthened the *Competition Act*, but legislative review is a continuous process. Preparations for a second round of amendments to keep pace with enforcement requirements and expanding global markets began this year. The second round is designed to increase the effectiveness and efficiency of the processes used to enforce the Act. Details of the amendments will be developed in consultation with stakeholders.

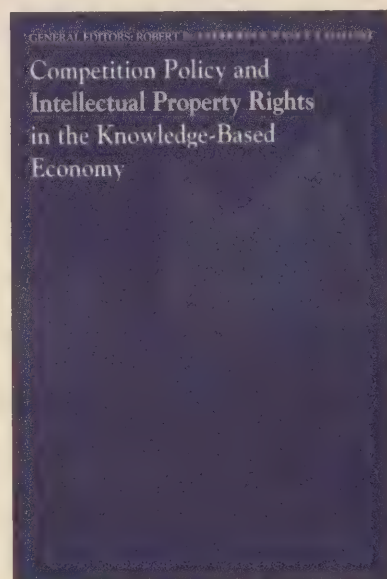
## **Competition Policy and Intellectual Property Rights**

Today's dynamic economy, driven by rapid advancements in information and communication technologies, relies increasingly on knowledge and innovation. The development of new technologies by firms and individuals allows ideas to be put to work in innovative ways that increase productivity and create employment and wealth. The commercialization of new ideas and technologies is facilitated by a well-functioning competitive marketplace that allows firms to enter business arrangements involving the use, assignment and licensing of intellectual property rights. Given the importance of these business arrangements, the Competition Bureau is striving to make the principles governing the enforcement of the *Competition Act* more transparent. This will remove any uncertainty that firms may have about the possibility of certain business practices, particularly the licensing of intellectual property, raising antitrust concerns.

In October 1998, the Competition Bureau joined other sectors of Industry Canada to publish a research volume entitled *Competition Policy and Intellectual Property Rights in the Knowledge-Based Economy*. One of its two general editors, Robert Anderson, was chief of economic policy at the Bureau prior to his joining the World Trade Organization as Counsellor, Intellectual Property.

The publication assesses competition policy as well as intellectual property rights in Canada, and attempts to find an appropriate balance between the two. In examining these complementary instruments of government policy, the authors urge policy makers to look beyond our borders at developments abroad.

Since 1989, the United States, the European Community and Japan have revisited the treatment of intellectual property under their respective competition laws. Subsequently, all three jurisdictions provided guidance regarding enforcement policies in this area.







## APPENDIX I: DISCONTINUED CASES

The Bureau initiated a number of formal inquiries into allegations of anti-competitive activity. These inquiries were conducted and concluded on a range of civil and criminal matters, including the following cases.

### **Motor Vehicle Supply: Various Provisions, sections 45, 75 and 77**

Inquiries were initiated in April 1986, May 1989, May 1995 and September 1996 by statutory obligation, following the receipt of applications signed by six residents of Canada. The four applications related to the same issue, namely policies enforced by most motor vehicle manufacturers. These policies prohibit franchised dealers in Canada from supplying new vehicles for export, either directly or through third parties.

The Competition Bureau concluded that continuing to pursue these inquiries would not be to the benefit of Canadians. In fact, Canadian consumers would most likely be negatively affected through higher prices. The inquiries were discontinued in May 1998.

### **Sale of Cuban Cigars: Refusal to Deal and Exclusive Dealing, sections 75 and 77**

An inquiry was begun in July 1997, following the receipt of an application under section 9 of the Act signed by six residents of Canada alleging exclusive dealing and refusal to deal in relation to the sale of Cuban cigars in Canada. The inquiry disclosed that the company against which the accusations were made was the legal owner of the trademarks in Canada for the cigars in question. It was also concluded that cigars from a number of other countries compete with those from Cuba in the Canadian market for cigars. Therefore, the practices that were alleged did not lessen competition. The inquiry was discontinued in May 1998.

### **Bidding in the Construction Industry: Abuse of Dominant Position, section 79**

Following the receipt of a number of complaints, this inquiry was begun on July 10, 1997, under section 10(1)(b)(ii) of the Act. The object of the inquiry was to determine whether the parties that had established the bid depository in the province of Quebec had engaged in or were engaging in anti-competitive acts with the effect of substantially lessening competition in the construction market in Quebec. Quebec's legislation respecting two of the founding parties expressly authorized those bodies to establish and operate such a bid depository and regulate the bidding process. Based on the facts obtained in the inquiry and because of the existence of regulation governing this activity, it was concluded that grounds did not exist for an application to the Competition Tribunal. Accordingly, the inquiry was discontinued on December 14, 1998.

### **Sale of Videos: Refusal to Deal, section 75**

An inquiry was begun on September 3, 1997, under section 75 of the *Competition Act*, following the receipt of an application under section 9, signed by six residents of Canada. The application alleged that a major producer of videos had discontinued supply to a distributor in Eastern Canada, with the result that the distributor's business would be substantially affected. The Bureau took the matter up with the video producer and, following discussions, the supply relationship with the complainant was restored. As a result, there were no grounds to pursue the inquiry further and the matter was discontinued on November 17, 1998.

### **Municipal Transportation Systems: Conspiracy, section 45**

This inquiry commenced on March 17, 1997, following the receipt of information indicating that the setting of taxi fares by one western Canadian municipality might be contrary to section 45, the conspiracy provision of the *Competition Act*. Although many municipalities regulate taxi fares, this activity must be specifically authorized by valid provincial legislation; otherwise, it is not protected from the application of the Act.

The Competition Bureau contacted the municipality and its provincial government. The matter was resolved through an amendment to the relevant provincial legislation authorizing the activity in question. The inquiry was discontinued on November 20, 1998.

### **Medical Specialists: Conspiracy, section 45**

This inquiry was begun on May 20, 1998, following the receipt of a complaint alleging that doctors specializing in a particular medical field in one province had agreed to fix the fees they would charge for the provision of medical services to patients not covered under the provincial health insurance plan. The doctors were alleged to have entered into the agreement pursuant to their activities as members of the provincial medical society's section representing their specialty.

After the Bureau contacted the provincial medical society, the specialist section involved undertook to take all steps necessary to comply with the law. The inquiry was discontinued on October 22, 1998.

### **Chemical Colouring Agents: Conspiracy, section 45**

This inquiry, concerning the sale in Canada of certain colouring agents used by manufacturers of various construction materials, was initiated on December 23, 1997. The inquiry followed allegations that producers of the colouring agents had agreed to fix their prices and to divide among themselves the market for the agents, which contravenes the conspiracy provisions of section 45 of the *Competition Act*.

Information obtained during the course of the inquiry was insufficient to establish the existence of the alleged conspiracy. The inquiry was discontinued on March 17, 1999.

### **Bar Services: Conspiracy, section 45, and Price Maintenance, section 61**

This inquiry was opened on December 18, 1997, following the receipt of a complaint alleging that, in order to terminate a price war, the majority of owners of bars and restaurant-bars in a small town in the province of Quebec had agreed to set floor prices and to prohibit certain promotions related to the sale of alcoholic beverages. Threats were made against some owners to convince them to respect the agreement.

Competition Bureau officers met with the alleged instigators of the agreement. The agreement was subsequently abandoned and competition was re-established in the market. The inquiry was discontinued on June 19, 1998.

### **Compact Refrigerators: Bid-rigging, section 47**

An inquiry was started on September 17, 1997, following the receipt of a complaint alleging that three compact refrigerator rental companies had rigged a tender to supply students in residence at an Ontario university. One of the companies allegedly involved in the activity was granted immunity from prosecution by the Attorney General of Canada in return for providing information on the matter to the Competition Bureau. The second company was contacted by the Bureau, and the matter was resolved after the company provided written undertakings that such behaviour would not occur in the future.

Information obtained during the inquiry indicated that the third company bidding on the tender had not been involved in the alleged bid-rigging. The inquiry was discontinued on March 31, 1999.



### **Burial Vaults: Price Discrimination, section 50, and Abuse of Dominant Position, section 79**

This inquiry was begun on July 8, 1997, upon the receipt of a six-resident application under section 9 of the *Competition Act* alleging that a cemetery in southern Ontario was discriminating against the manufacturers of burial vaults. It was alleged that the cemetery was imposing a service fee to cap and install the burial vaults of all manufacturers, except one with which the cemetery was affiliated. The application also alleged that the imposition of the service fee was an abuse of dominant position by the cemetery, aimed at eliminating competition in the sale of burial vaults.

The inquiry established that the cemetery did not substantially or completely control the burial business in its geographic market, as would be required to bring the provisions of section 79 of the *Competition Act* into play. Less than 10 percent of the vault manufacturer's business was dependent on clients of the cemetery in question. Section 50 of the Act did not apply in this case because the allegations involved the sale of a service and the section applies only to the sale of articles. The inquiry was discontinued on March 29, 1999.

### **Video Cassette Rentals: Predatory Pricing, section 50**

This inquiry was opened on August 17, 1998, following the receipt of a six-resident application under section 9 of the *Competition Act*. The applicants alleged that a video cassette rental company in a major city in the province of Quebec had adopted a policy of renting video cassettes in the retail market at unreasonably low prices for the purpose of forcing its competitors out of the market.

The inquiry determined that the rental of video cassettes in the metropolitan market in question was very competitive and that the alleged predator did

not have sufficient market power to successfully engage in the alleged predatory pricing strategy. The inquiry was discontinued on October 5, 1998.

### **Education Programs: Misleading Advertising, section 52**

This inquiry, which was opened on November 1, 1998, pursuant to section 9 of the *Competition Act*, concerned several representations made to the public by an educational institution relating to its tuition costs, its quality of education and the qualifications of its instructors. This matter was reviewed under section 52 of the *Competition Act*, which makes it a criminal offence for anyone to make a representation to the public that is false or misleading in a material respect.

After a review of the case, it was determined that criminal charges would not be laid as the representations made by the company were not materially misleading, as required for the application of the statute. The inquiry was discontinued on January 6, 1999.

### **Leather Products: Misleading Advertising, section 52**

Inquiries were begun on June 18 and September 12, 1997, after the Competition Bureau received complaints that two leather goods manufacturers were representing their handbags as made in Canada when, in fact, the amount of Canadian content in terms of labour and material was very low. These matters were reviewed under section 52(1)(a) of the *Competition Act*, which makes it a criminal offence for anyone to make a representation to the public that is false or misleading in a material respect.

The Bureau contacted the manufacturers, who indicated a willingness to take corrective action by undertaking to cease the practices in question and to publish corrective notices in various major daily newspapers across Canada, including the national edition of *The Globe and Mail*. These inquiries were subsequently discontinued on May 3 and June 25, 1998.



### **Mail-order Hearing Aids: Misleading Advertising, section 52**

This inquiry was opened on March 17, 1998. It focussed on concerns about performance claims and money-back guarantees used by a Canadian hearing aid company in its national mail-order marketing materials. The company's activities were reviewed under section 52 of the *Competition Act*. This section makes it a criminal offence for anyone to make a representation to the public that is false or misleading and to make representations to the public guaranteeing performance, efficacy or length of life of the product that are not based on adequate and proper testing. The conduct of the president of the company was examined in relation to the provisions of a prohibition order issued in relation to an earlier investigation.

The inquiry was discontinued on November 24, 1998, after the Competition Bureau determined that the company was no longer involved in selling the product to the general public, the advertising practices in question had ceased, the assets of the company had been sold, and the individual accused had reportedly withdrawn from the mail-order business. The provisions of the prohibition order will continue to apply until September 1999, should the individual choose to re-enter the market for hearing aids.

### **Multi-level Marketing Training Courses and Retail Discount Cards: Misleading Advertising, section 52, and Multi-level Marketing and Pyramid Selling, section 55**

This inquiry began on February 21, 1997, after the Competition Bureau received a complaint that a Canadian company selling training courses and retail discount cards was allegedly making false representations and was operating a pyramid selling scheme.

The company's activities were reviewed under a number of sections of the *Competition Act*. It was determined that the company and its co-founders were providing false and misleading information in

the promotion of the supply and use of its products, contrary to section 52(1)(a) of the Act. The investigation also revealed that the company's marketing plan contained representations relating to compensation and the representations did not constitute or include fair, reasonable or timely disclosure of compensation earned by a typical participant, pursuant to section 55 of the Act. In addition, the plan contained a purchase requirement as a condition of joining the plan and there was no stated policy for the return of products on reasonable terms if a participant wished to leave the plan, contrary to section 55.1(1)(b) and (d) of the Act.

The company ceased its multi-level marketing operations in October 1997 and subsequently declared bankruptcy in December 1997. The inquiry was discontinued on July 31, 1998.

### **Promotional Contest: Misleading Advertising, sections 52 and 59**

An inquiry was initiated on December 10, 1996, after a complaint was received that a soft drink producer had run a promotional contest based on a popular game and made several related representations to the public. It was alleged that the rules and instructions pertaining to the contest were contradictory to the rules of the original game, thus potentially confusing the public.

This matter was reviewed under section 52 of the *Competition Act*, which makes it a criminal offence for anyone to make a representation to the public that is false or misleading, and under section 59, which makes it a criminal offence for anyone not to make fair and adequate disclosure of the number and approximate value of the prizes, of the area or areas to which the prizes relate, and of any fact known by the person that affects materially the chances of winning a promotional contest.

After thorough review of the facts of the case and the wording of the allegedly misleading representations, it was determined that the evidence was not

sufficient to lay criminal charges and that it would not serve the public interest to prosecute an alleged offence that had occurred more than two years earlier and had not been repeated. The inquiry was discontinued on July 28, 1998.

### **Real Estate: Misleading Advertising, section 52**

This inquiry began on September 25, 1996, after the Bureau received a complaint that a real estate board made misleading representations to the public in a free weekly publication. It was alleged that the particular wording of the advertisement left the clear impression that only board members were qualified professional real estate agents. This matter was reviewed under section 52(1)(a) of the *Competition Act*, which makes it a criminal offence for any one to make a representation to the public that is false or misleading.

The Competition Bureau contacted the real estate association that had developed the advertising campaign for its member real estate boards. The association indicated a willingness to take corrective action by entering into a formally agreed resolution where it undertook to revise the advertisement to ensure that future publications of the advertisement would not imply that licensed real estate agents who are not members of real estate boards are unqualified or unprofessional. The inquiry was subsequently discontinued on October 28, 1998.

### **Flooring Products: Price Maintenance, section 61**

An inquiry was started on February 21, 1996, after a complaint was received that a Canadian flooring manufacturer had allegedly required its Ontario dealers to adhere to a marketing program that did not allow its flooring products to be sold for less than the manufacturer's suggested retail prices. This stipulation in the company's marketing program may have been illegal under section 61 of the *Competition Act*, which

makes it a criminal offence for anyone to influence upward or discourage the reduction of the price of a product by agreement, threat, promise or any like means. Manufacturers or distributors who make suggestions regarding resale prices should state clearly that their business customers are under no obligation to accept the suggested prices.

The Bureau contacted the flooring manufacturer, who indicated a willingness to take corrective action. The company agreed to change its marketing program and to institute a corporate compliance program to ensure that similar questionable behaviour would not occur in the future. The company's new marketing program made it clear that its dealers were under no obligation to respect the company's suggested retail prices. The inquiry was discontinued on March 30, 1999.

### **High-speed Residential Internet Access: Abuse of Dominant Position, section 79**

This inquiry was begun on August 20, 1998, after allegations of abuse of dominant position and "below-cost" selling against subsidiaries of Bell Canada were reported to the Competition Bureau.

Evidence demonstrated that Bell's share of the retail Internet market was significantly below the 35 percent level — the minimum generally required to establish market dominance. Furthermore, evidence indicated that Bell's below-cost pricing policy for ADSL-based (Asymmetric Digital Subscriber Line) residential Internet service — as part of the introduction of a new technology and the need to meet market prices — was a legitimate business strategy. Cable companies, for instance, have greater market penetration than Bell for high-speed residential service. Their high level of market penetration is the result of aggressively marketed cable modem service at prices that are comparable or below those charged by Bell for similar service. The inquiry was discontinued on March 12, 1999.



## APPENDIX II: PUBLIC INFORMATION

For more information, or for copies of the publications or videos listed here, please contact the Competition Bureau's Information Centre.

Tel.: (819) 997-4282

Toll-free: 1-800-348-5358

TDD (for hearing impaired): 1-800-642-3844

Fax: (819) 997-0324

Web site: <http://competition.ic.gc.ca>

TITLE	YEAR
<b>Bulletins</b>	
Communication of Confidential Information Under the <i>Competition Act</i>	1995
Corporate Compliance Programs, Director of Investigation and Research, <i>Competition Act</i>	1997
Misleading Advertising Bulletin (published four times a year and available since 1976)	—
Misleading Advertising Bulletin (revised reprint from past issues, January 1976 to December 1991)	1992
Misleading Advertising Bulletin (reprint of selected articles from past issues, January 1992 to December 1995)	1995
Program of Compliance, Director of Investigation and Research, <i>Competition Act</i>	1993
Pyramid Schemes: House of Dreams or House of Cards	1999
Information Bulletin: Sections 55 and 55.1 — Multi-level Marketing and Pyramid Selling Provisions of the <i>Competition Act</i>	1998
Section 59 Information Bulletin — Promotional Contests	1994
Strategic Alliances	1995
<b>Guides and Guidelines</b>	
The Average System of Net Quantity Determination	1995
Guidelines with respect to the Sale and Marketing of Diamonds, Coloured Gemstones and Pearls	1995
Guide to the Advertising of Consumer Textile Articles	1996
Guide to the Canadian Care Labelling Program	1996
Guide to the Consumer Packaging and Labelling Act and Regulation	1996
Guide to the Labelling of Down and Feather	1996
Guide to the Precious Metals Marking Act and Regulations	1996
The Merger Enforcement Guidelines as Applied to a Bank Merger	1998
Merger Enforcement Guidelines, Director of Investigation and Research, <i>Competition Act</i>	1991
Misleading Advertising Guidelines	1991
Predatory Pricing Enforcement Guidelines, Director of Investigation and Research, <i>Competition Act</i>	1992
Price Discrimination Enforcement Guidelines, Director of Investigation and Research, <i>Competition Act</i>	1992
Principles and Guidelines for Environmental Labelling and Advertising	1993
Quality Assurance Guide	1996
<b>Videos</b>	
It's in Your Hands	1996
Scam Alert!	1995





## APPENDIX III: COMPETITION BUREAU CONTACTS

**Konrad von Finckenstein**

Commissioner of Competition

Tel.: (819) 997-3301

Fax: (819) 953-5013

E-mail: [vonfinckenstein.konrad@ic.gc.ca](mailto:vonfinckenstein.konrad@ic.gc.ca)

**Raymond Pierce**

Acting Deputy Commissioner

Mergers

Tel.: (819) 953-4308

Fax: (819) 953-6169

E-mail: [pierce.raymond@ic.gc.ca](mailto:pierce.raymond@ic.gc.ca)

**Robert A. Morin**

Deputy Commissioner

Compliance and Operations

Tel.: (819) 953-7942

Fax: (819) 953-3464

E-mail: [morin.robert@ic.gc.ca](mailto:morin.robert@ic.gc.ca)

**Patricia Smith**

Deputy Commissioner

Economics and International Affairs

Tel.: (819) 953-3318

Fax: (819) 953-6400

E-mail: [smith.patricia@ic.gc.ca](mailto:smith.patricia@ic.gc.ca)

**André Lafond**

Deputy Commissioner

Civil Matters

Tel.: (819) 997-1209

Fax: (819) 953-8546

E-mail: [lafond.andre@ic.gc.ca](mailto:lafond.andre@ic.gc.ca)

**Harry Chandler**

Deputy Commissioner

Criminal Matters

Tel.: (819) 997-1208

Fax: (819) 997-3835

E-mail: [chandler.harry@ic.gc.ca](mailto:chandler.harry@ic.gc.ca)

**Johanne D'Auray**

Deputy Commissioner

Fair Business Practices

Tel.: (819) 997-1231

Fax: (819) 953-4792

E-mail: [dauray.johanne@ic.gc.ca](mailto:dauray.johanne@ic.gc.ca)

**Don Mercer**

Assistant Deputy Commissioner

Amendments Unit

Tel.: (819) 997-2868

Fax: (819) 953-8535

E-mail: [mercervonfinckenstein@ic.gc.ca](mailto:mercervonfinckenstein@ic.gc.ca)

**Sally Southey**

Director of Communications

Tel.: (819) 994-4994

Fax: (819) 953-1877

E-mail: [southey.sally@ic.gc.ca](mailto:southey.sally@ic.gc.ca)

**Tandy Muir-Warden**

Director

Management Policy and Services

Tel.: (819) 997-1073

Fax: (819) 994-7588

E-mail: [muirwarden.tandy@ic.gc.ca](mailto:muirwarden.tandy@ic.gc.ca)





## READER RESPONSE CARD

The Competition Bureau continually seeks to better serve its audiences and stakeholders. Please take a few minutes to answer the following questions and return the form by fax to the Bureau's Information Centre at (819) 997-0324.

Comments	Strongly Agree	Agree	Neither Agree nor Disagree	Disagree	Strongly Disagree
This report contained useful information on the Competition Bureau and its activities.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The report provided the right level of detail.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The report was easy to understand.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The report was the right length.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

The sections that most interested me were:

.....

The sections that least interested me were:

.....

Other comments I feel would help to improve future annual reports:

.....

.....

I would like to be notified when new information is posted on the Bureau's Web site: Yes ☐ No ☐

I am [please check one]:

an elected official ☐

a public servant ☐

a private sector employee ☐

an employee of a  
non-governmental organization ☐

a member of the media ☐

a member of the general public ☐

Name and address (optional):

Name: .....

Title: .....

Address: .....

City: .....

Province: ..... Postal code: .....





# FORMULAIRE DE RÉTROACTION DU LECTEUR

Le Bureau de la concurrence s'efforce constamment de mieux servir le public et les intervenants. Veuillez prendre quelques minutes pour répondre aux questions suivantes et retourner le formulaire par télécopieur au Centre de renseignements au (819) 997-0324.

Commentaires

Tout à fait d'accord	D'accord	Sans opinion	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
----------------------	----------	--------------	--------------	----------------------

Le présent rapport contient des renseignements utiles sur le Bureau de la concurrence et ses activités.

Le rapport est assez détaillé.

Le rapport est facile à comprendre.

Le rapport est d'une longueur adéquate.

Les sections les plus intéressantes :

Les sections les moins intéressantes :

Avez-vous d'autres commentaires pouvant nous aider à améliorer le rapport annuel?

J'aimerais être avisé de l'affichage de nouveaux renseignements sur le site Web du Bureau : Oui ☐ Non ☐

Je fais partie [veuillez cocher une seule réponse] : Nom et adresse (facultatif)

☐ d'un corps électif

☐ de la fonction publique

☐ du secteur privé

☐ d'un organisme

☐ non gouvernemental

☐ des médias

☐ du public

Province : ..... Code postal : .....

Ville : .....

Adresse : .....

Profession : .....

Nom : .....





**Konrad von Finkenstein**  
 Commissaire de la concurrence  
 Téléphone : (819) 997-3301  
 Télécopieur : (819) 953-5013  
 Courriel : vonfinkenstein.konrad@ic.gc.ca

**Raymond Pierce**

Sous-commissaire par intérim

Fusions/acquisitions

Téléphone : (819) 953-4308

Télécopieur : (819) 953-6169

Courriel : pierce.raymond@ic.gc.ca

**Robert A. Morin**

Sous-commissaire

Conformité et Opérations

Téléphone : (819) 953-7942

Télécopieur : (819) 953-3464

Courriel : morin.rob@ic.gc.ca

**Patricia Smith**

Sous-commissaire

Économie et Affaires internationales

Téléphone : (819) 953-3318

Télécopieur : (819) 953-6400

Courriel : smith.patricia@ic.gc.ca

**André Lafond**

Sous-commissaire

Affaires civiles

Téléphone : (819) 997-1209

Télécopieur : (819) 953-8546

Courriel : lafond.andre@ic.gc.ca

**Tandy Muir-Warden**

Directrice

Politique et Services de gestion

Téléphone : (819) 997-1073

Télécopieur : (819) 994-7588

Courriel : muirwarden.tandy@ic.gc.ca

**Sally Souhey**

Directrice des communications

Téléphone : (819) 994-4994

Télécopieur : (819) 953-1877

Courriel : souhey.sally@ic.gc.ca

**Don Mercer**

Sous-commissaire adjoint

Unité des modifications

Téléphone : (819) 997-2868

Télécopieur : (819) 953-8535

Courriel : mercer.don@ic.gc.ca

**Johanne D'Auray**

Sous-commissaire

Pratiques loyales des affaires

Téléphone : (819) 997-1231

Télécopieur : (819) 953-4792

Courriel : dauray.johanne@ic.gc.ca

**Harry Chandler**

Sous-commissaire

Affaires criminelles

Téléphone : (819) 997-1208

Télécopieur : (819) 997-3835

Courriel : chandler.harry@ic.gc.ca

## ANNEXE II INFORMATION

Si vous avez des questions ou si vous désirez obtenir des exemplaires des publications ou des vidéos mentionnées ci-dessous, veuillez communiquer avec le Centre de renseignements.

Téléphone : (819) 997-4282  
 Numéro sans frais : 1 800 348-5358  
 ATS (pour malentendants) : 1 800 642-3844  
 Télécopieur : (819) 997-0324  
 Site Web : <http://concurrence.gc.ca>

NOM	ANNÉE
<b>Bulletins</b>	
Article 59 Bulletin d'information — concours publicitaires	1994
Bulletin d'information : articles 55 et 55.1 — Dispositions de la Loi sur la concurrence concernant la commercialisation à paliers multiples et la vente pyramidale	1998
Bulletin de la publicité trompeuse (version révisée de numéros parus entre janvier 1976 et décembre 1991)	1992
Bulletin de la publicité trompeuse (version révisée d'articles révisés parus entre janvier 1992 et décembre 1995)	1995
Bulletin de la publicité trompeuse (publié 4 fois par année depuis 1976)	—
Communication de renseignements confidentiels en vertu de la Loi sur la concurrence	1995
Les alliances stratégiques en vertu de la Loi sur la concurrence	1995
Programme de conformité, Directeur des enquêtes et recherches, Loi sur la concurrence	1993
Programmes de conformité des entreprises, Directeur des enquêtes et recherches, Loi sur la concurrence	1997
Vente pyramidale : maisons de rêve ou châteaux en Espagne?	1999
<b>Guides et lignes directrices</b>	
Discrimination par les prix — Lignes directrices pour l'application de la Loi, Directeur des enquêtes et recherches, Loi sur la concurrence	1992
Fusionnements — Lignes directrices pour l'application de la Loi, Directeur des enquêtes et recherches, Loi sur la concurrence	1991
Guide de l'étiquetage du duvet et de la plume	1996
Guide de la Loi et du Règlement sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation	1996
Guide de la publicité sur les articles textiles de consommation	1996
Guide du Programme canadien d'étiquetage d'entretien	1996
Guide sur l'assurance qualité	1996
Guide sur la Loi et le Règlement sur le poinçonnage des métaux précieux	1996
Lignes directrices pour l'application de la Loi : Fusionnements de banques	1998
Lignes directrices relatives à la vente et à la commercialisation des diamants, des pierres précieuses et des perles	1995
Lignes directrices sur la publicité trompeuse	1991
Principes et lignes directrices sur les représentations concernant l'environnement sur les étiquettes et dans la publicité	1993
Prix d'éviction — Lignes directrices pour l'application de la Loi, Directeur des enquêtes et recherches, Loi sur la concurrence	1992
Système de détermination de la quantité nette fondée sur la moyenne	1995
<b>Vidéos</b>	
Attention armateur!	1995
C'est entre vos mains	1996



D'après les preuves recueillies, la part du marché de détail des services Internet de Bell était sensiblement inférieure à 35 p. 100, qui constitue la part minimum de marché requise pour pouvoir établir une position dominante. De plus, les preuves indiquaient que la politique de fixation de prix inférieurs au coût d'acquisition du service Internet résidentiel sur LNPA (ligne numérique à paire asymétrique) — étant donné qu'il s'agit d'une technologie nouvelle et qu'il est nécessaire d'offrir des prix concurrentiels — était une stratégie commerciale légitime. Les compagnies de cablodistribution, par exemple, détiennent une plus grande part du marché que Bell en ce qui a trait au service résidentiel à haute vitesse. Leur forte pénétration du marché est attribuable à un service moderne par câble qui est commercialisé à des prix comparables ou inférieurs à ceux exigés par Bell pour un service similaire. L'enquête a été abandonnée le 12 mars 1999.

Le Bureau a communiqué avec le fabricant, qui s'est montré disposé à prendre des mesures correctives. L'entreprise a convenu de changer son programme de commercialisation et d'instituer un programme de conformité interne pour veiller à ce que des agissements de ce genre ne se reproduisent plus. Le nouveau programme de commercialisation de l'entreprise énonce clairement que les négociants ne sont nullement tenus d'appliquer les prix de détail suggérés par l'entreprise. L'enquête a été abandonnée le 30 mars 1999.

**Accès Internet résidentiel à haute vitesse : abus de position dominante, article 79**

L'enquête a commencé le 20 août 1998, par suite des allégations faites au Bureau de la concurrence concernant un abus de position dominante et des ventes à un prix inférieur au coût d'acquisition de la part de filiales de Bell Canada.

## Concours promotionnel : publicité trompeuse, articles 52 et 59

Le 10 décembre 1996, une enquête a été ouverte par suite d'une plainte selon laquelle un producteur de boissons gazeuses avait organisé un concours promotionnel fondé sur un jeu populaire et avait donné plusieurs indications à ce sujet au public. On soutenait que les règles et les instructions relatives au concours allaient à l'opposé de celles du jeu pris pour modèle, ce qui était susceptible de détourner le public.

L'affaire a fait l'objet d'un examen aux termes de l'article 52 de la *Loi sur la concurrence*, qui concerne la communication au public d'indications fausses ou trompeuses, et de l'article 59, qui porte que le fait de ne pas divulguer convenablement et loyalement le nombre et la valeur approximative des prix, les régions auxquelles ils s'appliquent et tout autre fait connu de l'annonceur modifiant d'une façon importante les chances de gain constitue une infraction.

Après un examen approfondi des faits et du libellé des indications présumément trompeuses, on a conclu que les éléments de preuve n'étaient pas suffisants pour justifier des accusations et qu'il ne serait pas dans l'intérêt public d'interster des poursuites pour une infraction présumée qui avait eu lieu plus de deux ans auparavant et qui n'avait pas été répétée depuis. L'enquête a été abandonnée le 28 juillet 1998.

## Immobilier : publicité trompeuse, article 52

Le Bureau a institué cette enquête le 25 septembre 1996, après avoir reçu une plainte d'après laquelle une chambre immobilière avait donné des indications trompeuses au public dans une publication hebdomadaire gratuite. On prétendait que la formulation particulière de l'annonce publicitaire donnait la nette

## Revêtements de plancher : maintien des prix, article 61

L'enquête a débuté le 21 février 1996, par suite d'une plainte selon laquelle un fabricant de revêtements de plancher avait obligé ses négociants de l'Ontario à adhérer à un programme de commercialisation qui leur interdisait de vendre ses produits meilleur marché que les prix de détail qu'il suggérerait. Une telle stipulation dans le programme de commercialisation de l'entreprise serait illégale en vertu de l'article 61 de la *Loi sur la concurrence*, qui porte que toute personne qui fait monter le prix d'un produit ou qui empêche leur réduction par entente, menace, promesse ou quelque autre moyen semblable commet une infraction criminelle. Les fabricants ou les distributeurs qui suggèrent des prix de vente doivent indiquer clairement que leurs clients ne sont nullement tenus d'appliquer ces prix.

L'impression que seuls les membres de la chambre étaient des agents immobiliers qualifiés et professionnels. L'affaire a fait l'objet d'un examen aux termes de l'article 52(1a) de la *Loi sur la concurrence*, qui porte que quiconque donne au public des indications fausses ou trompeuses commet une infraction.

Le Bureau de la concurrence a communiqué avec l'association immobilière qui avait conçu la campagne publicitaire pour ses chambres immobilières membres. L'association s'est montrée disposée à prendre des mesures correctives, s'engageant officiellement à réviser la publicité en question pour assurer que les publications ultérieures ne laissent pas entendre que les agents immobiliers accrédités n'étaient pas membres des chambres immobilières ne sont pas qualifiés ou professionnels. L'enquête a été abandonnée le 28 octobre 1998.

s'appliquer jusqu'en septembre 1999, au cas où la personne en question décide de reprendre ses activités sur le marché des appareils auditifs.

## **Cours de formation en commercialisation à paliers multiples et cartes d'escompte de détail : publicité trompeuse, article 52; commercialisation à paliers multiples et vente pyramidale, article 55**

L'enquête a débuté le 21 février 1997, le Bureau de la concurrence ayant reçu une plainte selon laquelle une entreprise canadienne qui offrait des cours de formation et des cartes d'escompte de détail avait donné de fausses indications et avait recours à un stratagème de vente pyramidale.

Les activités de l'entreprise ont fait l'objet d'un examen en vertu de divers articles de la *Loi sur la concurrence*. Il a été conclu que l'entreprise et ses cofondateurs avaient fourni des renseignements faux ou trompeurs dans la promotion de ses produits, en violation de l'alinéa 52(1)a) de la Loi. L'enquête a également démontré que le plan de commercialisation de l'entreprise contenait des indications relatives à la rémunération qui ne constituaient ou ne comportaient pas des assertions loyales faites en temps opportun et non exagérées concernant la rémunération gagnée par un participant ordinaire, comme l'exige l'article 55 de la Loi. En outre, le plan contenait une obligation d'achat comme condition de participation et ne comportait aucune politique concernant le droit de retour des produits à des conditions commerciales raisonnables si un participant désirait mettre fin à sa participation, ce qui est en violation des alinéas 55.1(1)b) et d) de la Loi.

L'entreprise a mis un terme à ses activités de commercialisation à paliers multiples en octobre 1997 et a déclaré faillite en décembre 1997. L'enquête a été abandonnée le 31 juillet 1998.

examinées aux termes de l'alinéa 52(1)a) de la *Loi sur la concurrence*, qui porte que quiconque donne au public des indications fausses ou trompeuses sur un point important commet une infraction.

Le Bureau a communiqué avec les fabricants, qui se sont montrés disposés à prendre des mesures correctives, notamment à mettre fin à la pratique d'étiquetage en question et à publier des rectificatifs dans les principaux journaux canadiens, y compris dans l'édition nationale du *Globe and Mail*. Ces enquêtes ont été abandonnées le 3 mai et le 25 juin 1998.

## **Vente d'appareils auditifs par correspondance : publicité trompeuse, article 52**

L'enquête, ouverte le 17 mars 1998, portait sur les indications données par une entreprise canadienne d'appareils auditifs dans ses annonces de vente par correspondance à l'échelle nationale à propos de la performance de ses produits et des garanties de remboursement. Les activités de l'entreprise ont fait l'objet d'un examen aux termes de l'article 52 de la *Loi sur la concurrence*, qui porte que quiconque donne au public des indications fausses ou trompeuses ou des indications (garantie sur le rendement, efficacité ou durée utile d'un produit) non étayées par des essais suffisants et appropriés commet une infraction. Les agissements du président de l'entreprise ont fait l'objet d'un examen à la lumière des dispositions d'une ordonnance d'interdiction rendue lors d'une enquête antérieure.

L'enquête a été abandonnée le 24 novembre 1998, le Bureau de la concurrence ayant conclu que l'entreprise ne vendait plus ce produit au grand public, que les pratiques publicitaires en question avaient cessé, que les actifs de l'entreprise avaient été vendus et que la personne accusée s'était apparemment retirée du milieu de la vente par correspondance. Les dispositions de l'ordonnance d'interdiction continueront de



adopté une politique de location de vidéocassettes sur le marché de détail à des prix déraisonnablement bas dans le but de chasser ses concurrents du marché.

L'enquête a conclu que les activités de location de vidéocassettes sur le marché métropolitain en question étaient très concurrentielles et que le « prédateur » présumé n'avait pas une emprise suffisante sur le marché pour pouvoir mettre en œuvre une telle stratégie. L'enquête a été abandonnée le 5 octobre 1998.

### **Programmes d'éducation : publicité trompeuse, article 52**

Cette enquête, instituée le 1<sup>er</sup> novembre 1998 conformément à l'article 9 de la *Loi sur la concurrence*, portait sur plusieurs déclarations adressées au public par un établissement d'enseignement au sujet de ses frais de scolarité, de la qualité de ses services d'enseignement et des qualifications de ses enseignants. Le dossier a fait l'objet d'un examen en vertu de l'article 52 de la *Loi sur la concurrence*, qui porte que quiconque donne au public des indications fausses ou trompeuses sur un point important commet une infraction.

Après examen, il a été conclu que des accusations criminelles ne seraient pas déposées, car les indications données par l'entreprise n'étaient trompeuses à l'égard d'aucun point important aux termes de la Loi. L'enquête a été abandonnée le 6 janvier 1999.

### **Articles en cuir : publicité trompeuse, article 52**

Des enquêtes ont été ouvertes le 18 juin et le 12 septembre 1997 par suite de plaintes selon lesquelles deux fabricants d'articles en cuir avaient indiqué que leurs sacs à main étaient fabriqués au Canada, alors qu'en fait les intrants canadiens et le travail de fabrication de ces articles effectué au Canada étaient minimes. Ces affaires ont été

Les données recueillies au cours de l'enquête ont indiqué que la troisième entreprise dans l'affaire n'était pas impliquée dans le truquage présumé des offres. L'enquête a été abandonnée le 31 mars 1999.

### **Caveaux funéraires : discrimination par les prix, article 50; abus de position dominante, article 79**

Cette enquête a commencé le 8 juillet 1997 par suite d'une demande présentée conformément à l'article 9 de la *Loi sur la concurrence* par six résidents qui soutenaient qu'un cimetière au sud de l'Ontario exerçait une discrimination contre les fabricants de caveaux funéraires. Ils prétendaient que le cimetière imposait des frais de service pour fermer et installer les caveaux funéraires de tous les fabricants, sauf celui auquel il était affilié. On estimait aussi que l'imposition de frais de service était un abus de position dominante par le cimetière en vue d'éliminer la concurrence dans la vente de caveaux funéraires.

L'enquête a conclu que le cimetière n'a pas sensiblement ou complètement contrôlé cette catégorie d'entreprise sur son marché, ce qui est une condition pour l'application de l'article 79 de la *Loi sur la concurrence*. Les clients du cimetière en question représentaient moins de 10 p. 100 du chiffre d'affaires des fabricants de caveaux. L'article 50 de la Loi n'était pas applicable, car les allégations portaient sur la vente d'un service, alors que cet article s'applique uniquement à la vente d'articles. L'enquête a été abandonnée le 29 mars 1999.

### **Location de vidéocassettes : prix d'éviction, article 50**

Cette enquête a été ouverte le 17 août 1998 par suite d'une demande présentée conformément à l'article 9 de la *Loi sur la concurrence* par six résidents, qui prétendaient qu'une entreprise de location de vidéocassettes dans une grande ville du Québec avait

l'article 45, soit la disposition de la *Loi sur la concurrence* relative aux complois. Bien que de nombreuses municipalités réglementent les tarifs de taxi, cette activité doit être explicitement autorisée par une loi provinciale, à défaut de quoi elle est assujettie aux dispositions de la Loi.

Le Bureau de la concurrence a communiqué avec la municipalité et le gouvernement provincial. Le dossier a été réglé grâce à une modification de la loi provinciale autorisant l'activité en question. L'enquête a été abandonnée le 20 novembre 1998.

### **Médecins spécialistes : comploï, article 45**

Cette enquête a commencé le 20 mai 1998 par suite d'une plainte selon laquelle, dans une province, les médecins qui se spécialisent dans un certain domaine ont convenu de fixer les honoraires imputables aux services médicaux fournis aux patients non couverts par le régime d'assurance-maladie provincial. Les médecins avaient présument conclu une entente en qualité de membres de la section de la société médicale provinciale qui représente leur domaine de spécialité.

Après que le Bureau a communiqué avec la société médicale de la province, la section concernée s'est engagée à prendre toutes les mesures nécessaires pour se conformer à la loi. L'enquête a été abandonnée le 22 octobre 1998.

### **Colorants chimiques : comploï, article 45**

Cette enquête, qui concerne la vente au Canada de certains agents colorants utilisés par les fabricants de divers matériaux de construction, a été amorcée le 23 décembre 1997. Elle faisait suite à des allégations d'après lesquelles les producteurs de colorants auraient convenu de fixer leurs prix et de se partager le marché

des colorants chimiques, ce qui va à l'encontre de l'article 45 de la *Loi sur la concurrence*, qui a trait aux complois.

L'information obtenue durant l'enquête s'est avérée insuffisante pour établir l'existence d'un comploï. L'enquête a été abandonnée le 17 mars 1999.

### **Services de bar : comploï, article 45; maintien des prix, article 61**

Cette enquête a été ouverte le 18 décembre 1997 par suite d'une plainte selon laquelle, pour mettre fin à une guerre de prix, la plupart des propriétaires de bar et de resto-bar dans un petit village du Québec avaient convenu d'établir des prix-planchers et d'interdire certaines promotions relatives à la vente de boissons alcoolisées. Certains propriétaires ont reçu des menaces visant à les convaincre de respecter l'entente. Les agents du Bureau de la concurrence ont rencontré les personnes censées être à l'origine de l'entente. Celle-ci a subséquemment été abandonnée et la concurrence a repris. L'enquête a été abandonnée le 19 juin 1998.

### **Réfrigérateurs compacts : truquage d'offres, article 47**

L'enquête a commencé le 17 septembre 1997 par suite d'une plainte selon laquelle trois entreprises de location de réfrigérateurs compacts avaient truqué des soumissions en vue de fournir leurs produits à des étudiants d'une université ontarienne demeurant en résidence. Une des entreprises présument impliquées s'est fait accorder l'immunité par le procureur général du Canada contre des renseignements fournis au Bureau de la concurrence. Une deuxième entreprise a été contactée par le Bureau et a pris par écrit l'engagement de ne plus agir ainsi à l'avenir.



## Soumissions dans l'industrie de la construction : abus de position dominante, article 79

Par suite d'un certain nombre de plaintes, une enquête a été ouverte le 10 juillet 1997 en vertu du sous-alinéa 10(1)b)(iii) de la Loi. Le but de l'enquête était de déterminer si les parties qui avaient mis sur pied les bureaux de dépôt des soumissions au Québec s'étaient livrées ou se livraient à des agissements anticoncurrentiels ayant pour effet de réduire sensiblement la concurrence sur le marché de la construction au Québec. La législation du Québec régissant deux de ces parties autorise ces dernières à établir et à exploiter des bureaux de dépôt de soumissions et à réglementer le processus de soumission. Étant donné l'existence de cette législation et les autres renseignements obtenus, on a conclu qu'il n'y avait aucune raison de déposer une demande devant le Tribunal de la concurrence. L'enquête a donc été abandonnée le 14 décembre 1998.

## Vente de vidéos : refus de vendre, article 75

Une enquête a été ouverte le 3 septembre 1997 en vertu de l'article 75 de la *Loi sur la concurrence* par suite d'une demande présentée conformément à l'article 9 par six résidents selon qui un importateur producteur de vidéos avait cessé d'approvisionner un distributeur dans l'Est du Canada, ce qui nuisait sensiblement aux affaires de ce dernier. Le Bureau a discuté avec le producteur de vidéos au plaignant. Il n'y avait donc plus de motif de continuer l'enquête. L'affaire a été abandonnée le 17 novembre 1998.

## Systèmes de transport municipal : complot, article 45

Cette enquête a commencé le 17 mars 1997 après réception de renseignements indiquant que l'établissement des tarifs de taxi par une municipalité de l'Ouest canadien allait peut-être à l'encontre de

## Approvisionnement de véhicules automobiles : diverses dispositions, articles 45, 75 et 77

Le Bureau a entamé un certain nombre d'enquêtes officielles sur de présumés agissements anticoncurrentiels. Ces enquêtes ont porté sur différentes questions d'ordre civil et criminel. En voici quelques exemples.

Par suite de demandes venant de six résidents du Canada, des enquêtes ont été lancées en avril 1986, en mai 1989, en mai 1995 et en septembre 1996 par obligation statutaire. Les quatre demandes portaient sur la même question, à savoir les politiques appliquées par la plupart des fabricants de véhicules automobiles, qui ont pour effet d'empêcher les concessionnaires franchisés au Canada d'exporter des véhicules neufs, que ce soit directement ou par l'intermédiaire de tierces parties.

Le Bureau de la concurrence a conclu que la poursuite de ces enquêtes n'entraînerait aucun avantage pour les Canadiens. Au contraire, les consommateurs canadiens en souffriraient vraisemblablement, les prix risquant de grimper. Les enquêtes ont été abandonnées en mai 1998.

## Vente de cigares cubains : refus de vendre et exclusivité, articles 75 et 77

Une enquête a été ouverte en juillet 1997 à la demande de six résidents du Canada faite conformément à l'article 9, à propos d'un cas d'exclusivité et de refus de vendre relatif à la vente de cigares cubains au Canada. L'enquête a révélé que la société contre laquelle les accusations avaient été déposées était la propriétaire légale des marques de commerce de ces cigares au Canada. On a aussi conclu que des cigares provenant d'un certain nombre d'autres pays faisaient concurrence à ceux de Cuba sur le marché canadien des cigares. Les pratiques en question ne diminuaient donc pas la concurrence. L'enquête a été abandonnée en mai 1998.





En outre, le Sénat et la Chambre des communes ont approuvé une disposition visant à protéger les personnes qui dénoncent des infractions criminelles à la *Loi sur la concurrence*. (La sanction maximale en cas de représailles contre les dénonciateurs est une peine de prison de deux ans, conformément à l'article 126 du *Code criminel*.)

## S'adapter aux réalités nouvelles : phase II

Les modifications entrées en vigueur le 18 mars 1999 ont renforcé la *Loi sur la concurrence*. Néanmoins, l'examen législatif est un processus continu. Au cours de l'exercice actuel, on a entamé les travaux préparatoires aux nouvelles modifications à la lumière des besoins nouveaux en matière d'application et de la mondialisation des marchés. On vise ainsi à accroître l'efficacité des processus d'application de la Loi. Les modifications seront élaborées en consultation avec les parties concernées.

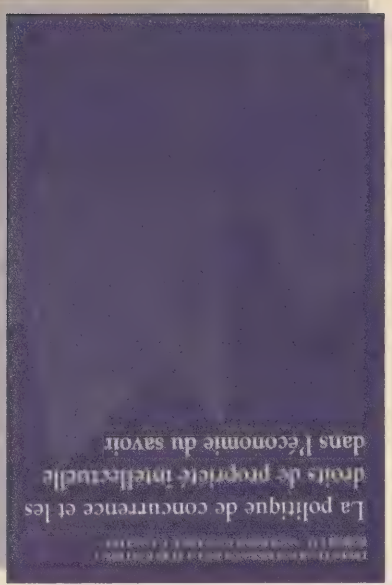
## Politique de la concurrence et droits de propriété intellectuelle

L'économie actuelle est dynamique, revigorée par l'évolution rapide des technologies de l'information et des communications et axée de plus en plus sur le savoir et l'innovation. La mise au point de nouvelles technologies par des entreprises et des particuliers rend possible le recours à des méthodes innovatrices, gages de productivité, de nouveaux emplois et de prospérité. La commercialisation des idées et des technologies nouvelles est facilitée par un marché concurrentiel efficace qui permet aux entreprises de conclure des accords commerciaux prévoyant l'utilisation, la cession et l'exploitation sous licence des droits de propriété intellectuelle. Compte tenu de l'importance de ces accords commerciaux, le Bureau de la concurrence s'efforce de rendre les principes d'application de la *Loi sur la concurrence* plus clairs afin d'éliminer la crainte que pourraient avoir les entreprises de voir certaines pratiques commerciales, surtout l'exploitation sous licence de la propriété intellectuelle, considérées comme des pratiques anticoncurrentielles.

En octobre 1998, le Bureau de la concurrence s'est joint à d'autres secteurs d'Industrie Canada pour publier un volume de recherche intitulé *La politique de concurrence et les droits de propriété intellectuelle dans l'économie du savoir*. Un des deux directeurs de la publication, Robert Anderson, était chef de la politique économique avant de se joindre à l'Organisation mondiale du commerce à titre de conseiller en propriété intellectuelle.

Cette publication évalue la politique sur la concurrence ainsi que les droits de propriété intellectuelle au Canada et essaie de trouver le moyen de parvenir à un juste équilibre entre les deux. Après avoir étudié ces deux instruments complémentaires à la politique gouvernementale, les auteurs insistent sur le fait que les décideurs ne doivent pas négliger ce qui se fait à l'étranger.

Depuis 1989, les États-Unis, la Communauté européenne et le Japon ont révisé le régime de propriété intellectuelle prévu par leurs lois respectives sur la concurrence. Ces trois entités administratives ont par la suite fourni une orientation concernant leur politique d'application de la loi.



# MODERNISER L'APPROCHE DU CANADA PAR RAPPORT À LA LÉGISLATION EN MATIÈRE DE CONCURRENCE

## Évoluer avec son époque

Pour que les consommateurs et les entreprises profitent de toute la protection prévue par la loi, il faut que la *Loi sur la concurrence* du Canada évolue.

À cette fin, en 1998-1999, le Bureau de la concurrence a mis sur pied l'Unité des modifications afin d'accélérer le processus de modification et d'assurer une continuité malgré les modifications successives.

Au cours de l'exercice, l'Unité a concouru à l'adoption par le Parlement du projet de loi C-20, Loi modifiant la Loi sur la concurrence. Déposé au départ en novembre 1996, sous le numéro C-67, puis de nouveau un an plus tard sous le numéro C-20, le projet de loi révisé a été adopté par le Sénat le 18 février 1999. Il a reçu la sanction royale le 11 mars 1999 et est entré en vigueur le 18 mars 1999.

## S'adapter aux réalités nouvelles : phase I

Les modifications contenues dans le projet de loi C-20 ont permis de moderniser la *Loi sur la concurrence*. Le Canada s'est ainsi doté d'un cadre législatif en matière de concurrence qui permettra au Bureau et aux organismes d'application de s'adapter aux nouvelles pratiques commerciales et de combler les besoins actuels en matière d'application au pays et à l'étranger.

Grâce au projet de loi C-20, le Bureau pourra intervenir plus efficacement dans les domaines suivants :

- ◆ le télémarketing frauduleux;
- ◆ la publicité trompeuse et les autres pratiques commerciales déloyales, grâce à la création d'une procédure civile qui permet au Bureau de demander aux tribunaux d'émettre des ordonnances pour mettre fin à la publicité trompeuse et aux pratiques commerciales déloyales, les recours au criminel étant réservés aux cas les plus graves;

- ◆ les indications relatives au prix habituel (établissement de prix par comparaison), grâce à l'élaboration de deux critères et d'une procédure civile.

Le Bureau et le milieu des affaires bénéficieront tous deux de la rationalisation du processus de préavis de fusionnement.

Lors de l'examen du projet de loi C-20 par le Parlement, le Comité permanent de l'Industrie de la Chambre des communes a recommandé des modifications importantes au projet de loi C-20, entre autres :

- ◆ de nouvelles dispositions visant à limiter l'écoute électronique dans les cas de complot de fixation des prix ou de partage du marché et en ce qui a trait aux fausses déclarations liées au télémarketing trompeur. L'écoute électronique sera également autorisée dans les enquêtes sur les truquages d'offres, mais non dans le cas d'activités légitimes relatives à des alliances stratégiques, des coentreprises, des fusionnements, des analyses comparatives ou d'autres activités visant l'échange de renseignements. Tout projet d'écoute électronique doit être autorisé par un juge d'une cour supérieure;
- ◆ le double étiquetage demeure une infraction sanctionnée sur déclaration de culpabilité par procédure sommaire (les vendeurs devant respecter les plus bas prix indiqués sur les étiquettes des articles en magasin);
- ◆ précisions sur le sens d'« entrepris » aux termes de la *Loi sur la concurrence*, de façon que les organismes de bienfaisance et les autres organismes à but non lucratif puissent être tenus responsables des pratiques effectuées par des télévendeurs ou des agents de commercialisation ainsi que de toute autre activité menée pour leur compte.



L'acide citrique est un additif et un agent de conservation produit à partir de divers sucres. On le retrouve dans les boissons gazeuses, les aliments transformés, les détergents, les produits pharmaceutiques et les cosmétiques.

Le Bureau a découvert qu'un certain nombre d'entreprises étrangères ont participé à la fixation des prix et au partage du marché canadien entre les grands producteurs d'acide citrique. Les parties se sont rendues au Canada et à l'étranger de façon régulière entre 1991 et 1995. Le montant des amendes reflète le fait que ces entreprises ont assumé la responsabilité de leurs actes et qu'elles ont aidé le Bureau dans le cadre des enquêtes.

Au Canada, le gluconate de sodium est principalement utilisé comme agent de nettoyage et agent de traitement des métaux et il sert aussi à ajuster la prise du béton.

En février 1999, une autre amende de 360 000 \$ a été imposée dans le cadre d'une affaire connexe de fixation de prix et de partage de marché qui impliquait Fujisawa Pharmaceutical Co. Ltd., société japonaise basée à Osaka et à Tokyo. Les conspirateurs susmentionnés se sont rencontrés souvent au Canada et à l'étranger entre 1987 et 1995. Au cours de ces réunions, ils ont conclu des ententes illégales sur les ventes de chaque entreprise et sur les prix. D'après la preuve établie par le Bureau, les ventes totales de gluconate de sodium par la société Fujisawa au Canada au cours de la période visée par l'infraction se sont élevées à environ 1,8 million de dollars.

### Archer Daniels Midland Company : amende record de 16 millions de dollars

Après avoir plaidé coupable, en mai 1998, à une accusation de complot visant la fixation des prix et le partage du marché, Archer Daniels Midland Company (ADM) de Decatur, en Illinois, a été condamnée à des amendes totalisant 16 millions de dollars pour trois infractions aux dispositions de la *Loi sur la concurrence* relatives aux complots. Ces amendes sont les plus importantes jamais imposées en application de la *Loi sur la concurrence* à une même entreprise.

Les accusations portaient sur la période allant de 1992 à 1995 et faisaient suite à de vastes enquêtes criminelles sur un complot visant à fixer le prix de la lysine et de l'acide citrique pour partager ce marché entre les producteurs. La lysine est l'un des neuf acides aminés utilisés dans la fabrication des aliments pour les porcs et la volaille. Elle favorise la croissance des tissus maigres. ADM a également accepté de collaborer avec le Bureau dans le cadre des enquêtes en cours sur ces activités et d'autres enquêtes concernant des additifs destinés à l'alimentation humaine et animale. Des sanctions aussi sévères signifient clairement que les complots ne seront pas tolérés au Canada et que personne n'exploitera impunément les consommateurs ou les gens d'affaires canadiens.

Deux autres condamnations relatives à un complot international visant la fixation des prix de la lysine ont permis de rétablir la concurrence dans le sous-secteur des additifs destinés à l'alimentation animale. En juillet 1998, la société japonaise Ajinomoto Co. Inc. a été reconnue coupable de complot aux termes de l'article 45 de la *Loi sur la concurrence* et condamnée à une amende de 3,5 millions de dollars. Sewon America Inc., filiale de Sewon Company Ltd., de

### Les ordonnances d'interdiction

Les ordonnances d'interdiction rendues par les cours, comme leur nom l'indique, ont pour objet d'interdire aux entreprises de se livrer de nouveau aux activités sanctionnées. Habituellement, les agents de l'organisa-tion doivent être informés de la teneur de l'ordonnance. Certaines ordonnances d'interdiction avertissent également les directeurs d'entreprise et les cadres supérieurs qu'ils pourraient être tenus personnellement responsables en cas de récidive.

Les accusations portent sur la période allant de 1992 à 1995, durant laquelle les ventes de lysine sur le marché canadien se sont chiffrées à environ 89 millions de dollars.

Séoul, en Corée du Sud, a reconnu sa culpabilité à une accusation de complot et a été condamnée à 70 000 \$ d'amende. Les deux sociétés ont également fait l'objet d'ordonnances d'interdiction.

### Plusieurs cartels de fixation de prix : amendes de 7 millions de dollars

Après avoir plaidé coupables, en octobre 1998, à l'accusation d'avoir participé à un complot visant à fixer les prix et à se partager le marché, deux sociétés étrangères — Jungbunzlauer International A.G., Reimer Corporation, filiale américaine de Bayer Corporation — ont été condamnées à des amendes totales de 6,7 millions de dollars.

Les accusations faisaient suite à de vastes enquêtes menées par le Bureau sur des complots concernant l'acide citrique et le gluconate de sodium.

pays à promouvoir la coordination des activités et des enquêtes concertées avec les organismes internationaux d'application de la loi.

Les cas suivants sont le fruit de vastes enquêtes criminelles menées par le Bureau sur des complots internationaux visant à fixer des prix et à attribuer des parts de marché aux fournisseurs de divers produits au Canada et à l'étranger.

### **UCAR Inc. : fixation de prix**

Le 18 mars 1999, la société UCAR Inc. de Welland, en Ontario, a plaidé coupable à des accusations de mise en application des directives sur la fixation des prix émises par sa société mère à l'étranger, ce qui, au Canada, constituait un complot visant à coordonner les prix des électrodes de graphite dans le monde.

Les électrodes de graphite servent essentiellement à la fabrication de l'acier utilisé dans les fours électriques à arc — technologie utilisée par toutes les petites aciéries — ainsi qu'au raffinement de l'acier utilisé dans les fours-poches. Depuis le début du complot en 1992, les prix des électrodes de graphite ont presque doublé.

UCAR, filiale de la société UCAR International Inc. dont le siège social est situé à Nashville, au Tennessee, a été condamnée à une amende de 11 millions de dollars, l'amende la plus élevée jamais imposée pour une infraction à la *Loi sur la concurrence*. En outre, UCAR a également convenu de restituer plus de 19 millions de dollars aux victimes de ce complot au Canada.

Voilà un autre exemple du continuum d'observation de la loi à l'œuvre. Le Bureau aurait demandé des sanctions plus sévères si UCAR n'avait pas coopéré au cours de l'enquête ou n'avait pas participé au plan de restitution. L'enquête du Bureau sur le secteur des électrodes de graphite se poursuit.

de complot. Les intimés ont comploté en vue de se partager le marché et de réduire indûment la concurrence dans le secteur du déneigement, de l'enlèvement et du transport de la neige dans la région métropolitaine de Québec.

L'infraction concernait une entente de partage du marché privé du déneigement, confié aux entreprises de déneigement par les villes et municipalités de la région métropolitaine de Québec au nord du Saint-Laurent, entre novembre 1994 et octobre 1995. L'entente incluait également certaines routes et autoroutes sur ce territoire dont l'entretien relève du ministère des Transports du Québec.

Durant la période en question, le coût des services de déneigement rattachés à ce marché se serait élevé à plus de 16 millions de dollars pour les villes, les municipalités et le ministère des Transports. Depuis le début de l'enquête, il y a eu une réduction du prix des contrats de déneigement, ce qui a entraîné des économies substantielles pour les contribuables de la région. Par exemple, dans une des municipalités, le coût de déneigement a chuté de 20 p. 100 depuis le rétablissement de la concurrence.

### **Activités internationales**

Lorsque des cartels internationaux sont impliqués dans des complots à l'étranger, leurs ramifications peuvent s'étendre au Canada. À la fin de l'exercice 1998-1999, le Bureau enquêtait sur 11 cas de fixation de prix et de partage de marché présumés dans plusieurs pays répartis sur trois continents.

Les cartels qui se livrent à des activités criminelles nuisent à l'économie canadienne, car les Canadiens doivent payer les marchandises plus cher. Par conséquent, le Bureau exploite avec énergie les pistes communiquées par les États-Unis et d'autres administrations pour mettre fin aux activités de ces cartels et imposer des sanctions rigoureuses à titre de mesures dissuasives. Le Canada est l'un des premiers



## Qu'arrive-t-il lorsqu'une plainte est déposée?

Le personnel du Bureau examine la plainte afin de déterminer si une enquête officielle doit être ouverte. Lorsqu'une enquête est instituée, le Bureau peut communiquer avec d'autres clients ou concurrents pour obtenir de plus amples renseignements. Dans certains cas, il peut demander à un juge de l'autoriser à faire une perquisition, à examiner ou à saisir des dossiers et à interroger des témoins.

Le Bureau garde l'information confidentielle et ne la divulgue qu'aux organismes canadiens d'application de la loi ou aux fins d'application de la Loi sur la concurrence.

Si une affaire ne peut être résolue par voie de médiation et de collaboration, elle peut, si elle est de nature criminelle, être transmise au procureur général du Canada, qui entamera au besoin des poursuites. Quant aux affaires civiles, elles sont référées au Tribunal de la concurrence afin que celui-ci rende une décision.

Voici quelques exemples illustrant les autres instruments de règlement des différends et d'application de la loi auxquels peut recourir le Bureau. Ils montrent la diversité des questions portées à l'attention du Bureau. Conformément à la politique d'application, nous nous sommes abstenus de mentionner certains noms.

## Activités nationales

### Pièces d'automobile : séances d'information

Lorsque le Bureau a appris que plusieurs entreprises vendant des pièces d'automobile fixaient conjointement les prix, ses employés ont visité les concessionnaires pour s'assurer qu'ils comprenaient pleinement les conséquences que peut avoir cette forme d'agissement anticoncurrentiel sur le plan juridique.

### Dénigrement : complot

En octobre 1998, le Bureau a mené une enquête sur le truquage d'offres présumé par un groupe d'entreprises de travaux publics dans une municipalité du Québec. Leur refus collectif de soumissionner aux travaux de construction de petite envergure dans la région a forcé l'organisme ayant lancé l'appel d'offres à accorder des honoraires professionnels plus élevés. Cette affaire a été résolue après des séances d'information sur la Loi sur la concurrence et ses dispositions portant sur l'interdiction des truquages d'offres. Désormais conscientes des conséquences possibles de leurs agissements, les firmes en question se sont engagées à ne plus se livrer à de telles pratiques.

### Contrats de construction régionaux : truquage des offres

Lorsqu'il est possible de résoudre les cas d'infraction présumée à la Loi sur la concurrence par la médiation et les séances d'information, cela évite les frais importants rattachés aux litiges et aux longs procès, d'où une économie substantielle des deniers publics.

À la suite des interventions du Bureau, l'industrie a distribué à ses membres une circulaire dans laquelle étaient indiqués les types d'accord d'établissement de prix conformes à la loi. En tout, plus de 100 concessions ont reçu des renseignements sur les sanctions applicables en cas de complot visant à rompre l'équilibre concurrentiel du marché.

Cette affaire est un parfait exemple du continuum d'observation de la loi à l'œuvre, car elle démontre l'efficacité des initiatives d'information prises pour juguler les pratiques anticoncurrentielles.

### Contrats de construction régionaux : truquage des offres

Lorsqu'il est possible de résoudre les cas d'infraction présumée à la Loi sur la concurrence par la médiation et les séances d'information, cela évite les frais importants rattachés aux litiges et aux longs procès, d'où une économie substantielle des deniers publics.

À la suite des interventions du Bureau, l'industrie a distribué à ses membres une circulaire dans laquelle étaient indiqués les types d'accord d'établissement de prix conformes à la loi. En tout, plus de 100 concessions ont reçu des renseignements sur les sanctions applicables en cas de complot visant à rompre l'équilibre concurrentiel du marché.

Cette affaire a été résolue après des séances d'information sur la Loi sur la concurrence et ses dispositions portant sur l'interdiction des truquages d'offres. Désormais conscientes des conséquences possibles de leurs agissements, les firmes en question se sont engagées à ne plus se livrer à de telles pratiques.

En janvier 1999, huit entreprises de dénigrement ont été condamnées par la Cour supérieure du Québec à payer une amende totale de près de 3 millions de dollars après avoir plaqué coupables à une accusation

Tableau 7 Assurer l'intégrité du marché — Points saillants en 1998-1999 (suite)

INDUSTRIE EN CAUSE ET NATURE DU PROBLÈME	INTERVENTION DU BUREAU DE LA CONCURRENCE	RÉSULTATS ET AVANTAGES POTENTIELS POUR LES CANADIENS
Saisie ou retrait (suite)		
<p>Détaillant national de bijoux</p> <p>Surveillance continue dans le cadre du programme du Bureau de la concurrence concernant la surveillance de la qualité de l'or vendu au Canada.</p> <p>Des tests sur un bijou en or de 14K vendu par ce détaillant ont permis au Bureau de découvrir que le bijou était d'une qualité inférieure à celle annoncée dans la publicité.</p>	<p>Le Bureau a négocié la destruction volontaire de 800 bijoux, dont la valeur au détail était de 15 000 \$.</p>	<p>Tous les articles ont été fondus, de sorte qu'ils ne pourront être écoulés en trompant la clientèle.</p>
Ordonnance d'interdiction par consentement		
<p>Fabricant canadien de bijoux</p> <p>Plaintes concernant les pratiques commerciales du fabricant AS&amp;A Jewellery, de Summit Retail Services Inc. et de 1012795 Ontario Limited.</p>	<p>Les enquêtes menées par le Bureau de la concurrence ont démontré que la publicité et les affiches de soldes qui faisaient allusion à la fermeture du commerce et à la réduction des prix avaient pour effet de tromper les consommateurs canadiens.</p>	<p>En décembre 1998, la Cour fédérale du Canada a rendu une ordonnance d'interdiction par consentement, dans le cadre de laquelle les entreprises concernées ont consenti à ne pas donner d'indications trompeuses sur les ventes ou les réductions de prix.</p>
Rencontres visant à promouvoir l'observation et lettres d'avertissement		
<p>Fabricants nationaux de peinture et de produits connexes.</p> <p>Surveillance continue en vertu de la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation.</p> <p>Les enquêtes menées à l'échelle du Canada ont révélé que plus de 25 p. 100 des produits ont révélaient ne contenaient pas la quantité nette déclarée sur l'étiquette.</p>	<p>Le Bureau a sollicité la collaboration des fabricants pour mettre en place des moyens de contrôle durables afin d'éviter que ce problème ne se reproduise. Le Bureau procédera à des inspections pour s'assurer que la Loi est dûment respectée et prendra des mesures correctives supplémentaires au besoin.</p>	<p>Grâce aux mesures prises par le Bureau, la concurrence demeure équitable et la qualité des biens et services acquis par les Canadiens est maintenue.</p>

Tableau 7 Assurer l'intégrité du marché — Points saillants en 1998-1999 (suite)

INDUSTRIE EN CAUSE ET NATURE DU PROBLÈME	INTERVENTION DU BUREAU DE LA CONCURRENCE	RÉSULTATS ET AVANTAGES POTENTIELS POUR LES CANADIENS
<p>Poursuite (suite)</p> <p>Commercialisation à paliers multiples</p> <p>Charles Barrie Press, cofondateur, The Integrity Group (Canada) Inc.</p> <p>Cette entreprise de commercialisation à paliers multiples de Calgary offrait des services téléphoniques, une antenne parabolique, des programmes de formation et des denrées alimentaires; elle a tenu des réunions pour recruter des vendeurs au Québec, en Ontario et au Manitoba.</p>	<p>Par suite de plaintes, le Bureau a conclu que l'entreprise avait donné de fausses indications sur la rémunération des vendeurs, ce qui contrevient au paragraphe 55(2) de la Loi sur la concurrence. Le régime de rémunération était également affiché sur Internet mais on ne précisait pas adéquatement la rémunération devant être versée.</p>	<p>En février 1999, M. Press a été reconnu coupable de sept chefs d'accusation aux termes de la Loi sur la concurrence et devra payer une amende de 50 000 \$ à l'égard de quatre de ces chefs d'accusation. C'est la première fois qu'une amende est imposée pour une infraction en vertu des dispositions de la Loi portant sur la commercialisation à paliers multiples. L'entreprise a également fait l'objet d'accusations.</p>
<p>Fausse déclaration sur la teneur en or</p> <p>National Jewellery Ltd., Lower Sackville, Nouvelle-Écosse, et Donald Bell Goldsmith, Bedford, Nouvelle-Écosse</p> <p>Les tests menés sur des bijoux ont révélé que leur teneur en or était inférieure à celle déclarée et se situait sous le seuil prévu par le Règlement sur le poinçonnage des métaux précieux.</p>	<p>Par suite des tests effectués par la Monnaie royale canadienne sur un pendentif ayant fait l'objet d'une commande spéciale, on a constaté que sa teneur en or était inférieure à celle annoncée dans la publicité. Le Bureau a porté des accusations contre les deux entreprises concernées. Dans ce cas particulier, le vendeur était également le fabricant et il était entièrement responsable de la teneur en or de l'article.</p>	<p>Etiquetage de vêtement inadéquat</p> <p>Surveillance continue dans le cadre du programme du Bureau de la concurrence sur le rendement des textiles pour les enfants et les jeunes.</p> <p>D'après les essais de rendement effectués par le Bureau, l'étiquetage de 24 000 vêtements pour enfants et pour jeunes était inadéquat.</p>
<p>Saisie ou retrait</p> <p>L'entreprise et M. Goldsmith ont chacun été condamnés à une amende de 350 \$. Les poursuites de ce genre concourent à ce que les bijoux soient poinçonnés adéquatement et que les Canadiens en aient pour leur argent lorsqu'ils font des achats. Ces poursuites contribuent également à l'élimination de ce type de concurrence déloyale.</p>	<p>Le Bureau a négocié le retrait volontaire de tous les articles qui violaient le Règlement et la Loi sur l'étiquetage des textiles. La valeur au détail des vêtements était estimée à 500 000 \$.</p>	<p>Tous les articles ont été retournés au fabricant pour être étiquetés de nouveau. Les problèmes potentiels liés à l'entretien et au nettoyage ont été évités.</p>



Lorsqu'il mène une enquête par suite de plaintes relatives à des infractions, le Bureau de la concurrence utilise deux approches.

D'abord, il travaille de concert avec des entreprises pour éliminer les agissements anticoncurrentiels et les aide à apprendre comment se conformer à la loi. Dans le cadre du continuum d'observation de la loi, le Bureau exerce différentes activités : promotion, surveillance du marché, interventions en cas de non-conformité par des particuliers ou des entreprises. Ensuite, si aucune collaboration n'est possible, les affaires sont étudiées par le Tribunal de la concurrence ou envoyées au procureur général du Canada, qui entame des poursuites criminelles.

Étant donné l'amélioration des méthodes de détection ainsi que l'immunité ou le traitement favorable accordé aux parties disposées à collaborer, le Bureau a été très actif en 1998-1999. Plus de 42 millions de dollars d'amendes ont été décernées. En outre, un certain nombre d'affaires ont été abandonnées au terme d'enquêtes officielles, faute de preuves ou pour d'autres motifs (voir l'annexe I, Affaires abandonnées). Les agissements anticoncurrentiels qui font l'objet des enquêtes du Bureau sont définis dans quatre lois : la Loi sur la concurrence, la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, la Loi sur le poinçonnage des métaux précieux et la Loi sur l'étiquetage des textiles. Vous trouverez des renseignements au sujet de ces lois sur le site Web du Bureau de la concurrence (<http://concurrence.gc.ca>).

Le tableau 7 présente un échantillon représentatif d'affaires que le Bureau a examinées.

**Tableau 7 Assurer l'intégrité du marché — Points saillants en 1998-1999**

INDUSTRIE EN CAUSE ET NATURE DU PROBLÈME	INTERVENTION DU BUREAU DE LA CONCURRENCE	RÉSULTATS ET AVANTAGES POTENTIELS POUR LES CANADIENS
<b>Poursuite</b> <b>Pratiques trompeuses de télémarketing et de publicité par correspondance</b> National Clearing House—Nationwide Clearing House et The National Clearing House ont employé des pratiques trompeuses de télémarketing et de publicité par correspondance au Canada.	Après avoir effectué une perquisition aux bureaux de Nationwide en mars 1997 et terminé une enquête concernant de nombreuses plaintes de consommateurs, le Bureau a porté des accusations contre ces entreprises et les deux dirigeants impliqués.	Les entreprises et leurs présidents ont été condamnées à des amendes totalisant 300 000 \$ — les plus élevées jamais imposées pour ce type d'activité frauduleuse.
<b>Télémarketing trompeur</b> American Family Publishers, Publishers Central et First Canadian Publishers ont escroqué des centaines de Canadiens en leur promettant des prix de grande valeur s'ils achetaient divers articles à des prix très gonflés. Elles leur ont également promis que, s'ils faisaient d'autres achats, ils auraient droit à des prix d'une valeur encore plus élevée, mais ces prix n'ont jamais été envoyés.	Après avoir étudié de nombreuses plaintes, le Bureau, grâce à une étroite collaboration avec PhoneBusters, a été en mesure de porter des accusations contre les entreprises impliquées.	Après avoir plaqué coupables, le président des 17 entreprises impliquées dans cette escroquerie et 17 télévendeurs ont été condamnés à des peines d'emprisonnement et à des travaux communautaires. Il s'agissait des premières peines d'emprisonnement imposées par un tribunal canadien à des télévendeurs en vertu de la Loi sur la concurrence. D'autres personnes sont encore en attente de procès dans cette affaire.

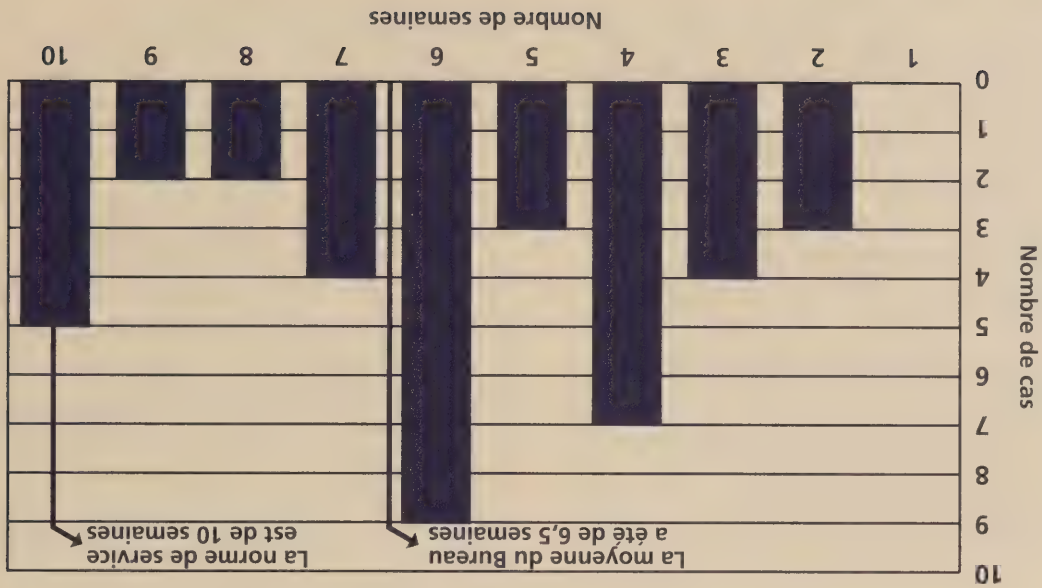


Figure 2 Respect des normes de services Transactions complexes, de novembre 1997 à novembre 1998

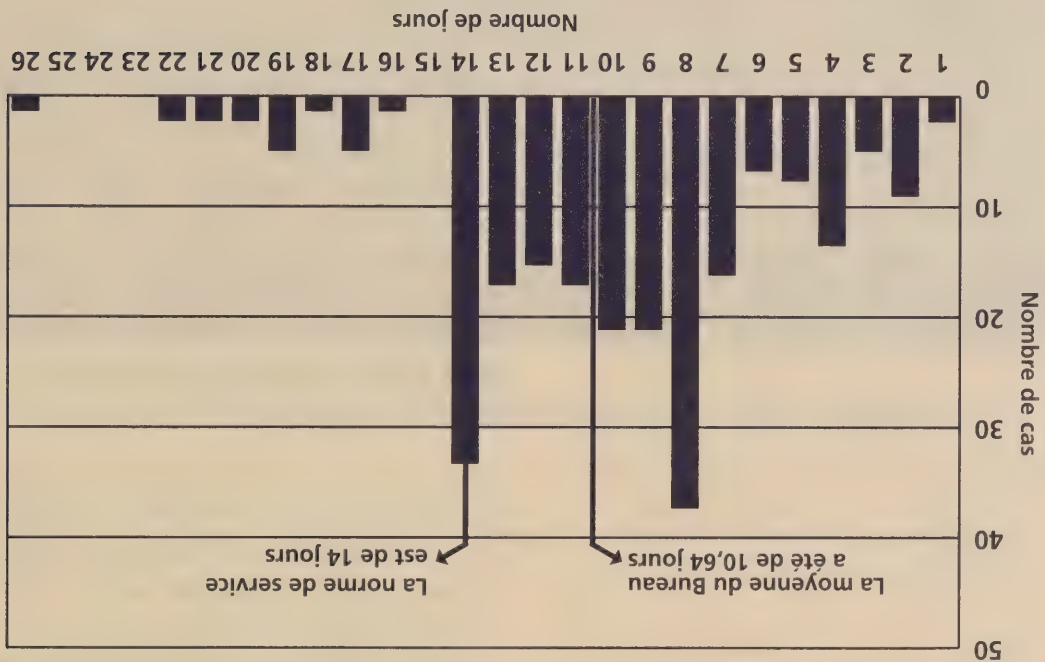


Figure 1 Respect des normes de services Transactions simples, de novembre 1997 à novembre 1998

Les figures 1 et 2 montrent que, dans la plupart des cas, le Bureau a atteint, voire dépassé, ses normes de service dès la première année où elles sont entrées en vigueur.

De façon générale, les dessaisissements à la suite d'une acquisition sont chose courante. Lors d'acquisitions précédentes dans ce secteur, le Bureau avait demandé que des dessaisissements soient effectués afin qu'il n'y ait pas de diminution sensible de la concurrence au sein des marchés ou des services.

Lorsque le Bureau mène des examens de fusionnement, il est conscient de l'importance du facteur temps. Par conséquent, il surveille son rendement pour s'assurer de respecter les normes de service prescrites (voir le tableau 6).

On trouvera des renseignements sur l'examen de ces fusionnements, ainsi que d'autres renseignements relatifs aux fusionnements sur le site Web du Bureau (<http://concurrence.ic.gc.ca>).

**Tableau 6 Respect des normes de service dans l'examen de fusionnements de novembre 1997 à novembre 1998**

NIVEAU DE COMPLEXITÉ	NOMBRE DE TRANSACTIONS	OBJECTIF	RESPECT DE L'OBJECTIF (nbre de cas) (%)
Simple	256	14 jours	232 91
Complexe	40	10 semaines	39 98
Très complexe	1	5 mois	1 100
Total	297	—	272 92



## Southam Inc. et The Financial Post

Lorsque le Bureau examine un projet de fusionnement dans le domaine de la presse écrite, il met l'accent sur le maintien de la concurrence en matière de publicité et non sur la diversité du contenu rédactionnel.

Au terme d'un examen qui a duré un mois, le Bureau de la concurrence a décidé de ne pas s'opposer à ce que Southam Inc. acquière *The Financial Post* de Sun Media Corporation, comme cela avait été proposé en août 1998.

Dans sa décision, le Bureau a conclu que la combinaison du *Financial Post* et du nouveau quotidien (maintenant appelé *National Post*) ne nuira pas à la concurrence. De surcroît, le Bureau est d'avis que le nouveau quotidien transformera le marché canadien des journaux et que, par conséquent, cette transaction pourrait résulter en une concurrence encore plus vigoureuse.

Toutefois, le Bureau se tiendra au fait de la situation sur le marché. Il veut faire en sorte que tous les annonceurs canadiens aient accès à une gamme de médias qui leur permettent de joindre efficacement leur clientèle cible, et ce au meilleur prix possible.

## Sun Media Corporation, Torstar Corporation et Québecor Inc.

D'octobre 1998 à janvier 1999, le Bureau de la concurrence a examiné trois transactions touchant Sun Media Corporation ou certains de ses actifs :

- ◆ l'offre d'achat par Torstar Corporation de toutes les actions en circulation de Sun Media Corporation;
- ◆ l'offre d'achat subséquente par Québecor Inc. de toutes les actions en circulation de Sun Media Corporation;
- ◆ la proposition de Torstar Corporation d'acheter à Québecor *The Hamilton Spectator*, le *Cambridge Reporter*, le *Guelph Mercury* et *The Record*

## Canadian Waste Services et WMI Waste Management of Canada, Inc.

En octobre 1998, le Bureau a annoncé qu'il ne contesterait pas l'acquisition par Canadian Waste Services (CWS) de certains éléments d'actif liés aux déchets solides inoffensifs de WMI Waste Management of Canada, Inc.

En ce qui concerne la troisième proposition, le Bureau était d'avis que l'acquisition des quotidiens de Sun Media par Torstar n'entraînerait pas d'effets anticoncurrentiels sur les marchés situés à l'extérieur de Toronto. Par conséquent, le Bureau ne s'est pas opposé à ce que Torstar achète à Québecor les quatre publications que cette dernière vient d'acquérir de Sun Media à Hamilton, Cambridge, Guelph et Kitchener-Waterloo.

(Kitchener-Waterloo), journaux qui appartenaient auparavant à Sun Media Corporation. Dans le premier cas, le Bureau a conclu que l'acquisition proposée de Sun Media par Torstar entraînerait une diminution sensible de la concurrence dans la région métropolitaine de Toronto. En effet, les recherches du Bureau ont démontré que le *Toronto Star* de Torstar et le *Toronto Sun* de Sun Media se font une concurrence vigoureuse au chapitre des lecteurs et des revenus publicitaires.

Superior Propane et ICG Propane

Superior et ICG exploient un réseau de succursales et de centres de distribution à l'échelle du Canada; ils fournissent du propane et le matériel connexe dans différents secteurs — gros, commerce, industriel, résidentiel, agriculture et automobile. Il s'agit des deux plus importants fournisseurs de propane et de matériel connexe au Canada; ils détiennent conjointement 73 p. 100 du marché canadien.

En décembre 1998, les enquêteurs du Bureau ont conclu que la transaction proposée donnerait naissance à une entité économique détenant une position de monopole ou de quasi-monopole dans 26 marchés locaux, et dont la part du marché dépasserait les 65 p. 100 dans 21 autres marchés locaux. Après le fusionnement, Superior serait également la seule entreprise de propane en mesure de fournir un service dans tout le pays aux principaux consommateurs nationaux. Selon le Bureau, cela limiterait les options d'achat d'un grand nombre de Canadiens.

Toutefois, le Tribunal de la concurrence a rejeté la demande d'injonction déposée par le Bureau pour empêcher la transaction. En fin de compte, la transaction a eu lieu comme prévu en décembre 1998.

Dans une décision séparée, le Tribunal a accueilli la demande ultérieure du Bureau concernant un engagement à « garder à part ». Autrement dit, Superior et ICG doivent poursuivre leurs activités en tant qu'entités économiques séparées jusqu'à ce que le Tribunal ait le temps d'examiner à fond les points soulevés par le Bureau de la concurrence. Cette affaire, dont l'étude doit avoir lieu en septembre 1999, pourrait faire jurisprudence en ce qui touche le concept d'efficacité et la mesure dans laquelle les considérations d'efficacité peuvent justifier une transaction par ailleurs anticoncurrentielle.

Petro-Canada et Ultramar Diamond Shamrock

Ce projet, qui porte sur des actifs d'une valeur de 8 milliards de dollars, aurait entraîné le fusionnement entre les cinq raffineries et 3 517 stations-service de Petro-Canada et les deux raffineries et 1 713 stations-service d'Ultramar dans l'Est du Canada, plus certains actifs situés dans le Nord-Est des États-Unis.

Après cinq mois d'examen, le Bureau a conclu que le projet de fusionnement de ces deux importantes sociétés sur les marchés du Québec et du Canada atlantique empêcherait ou diminuerait de façon sensible la concurrence. Les principales préoccupations se rapportant aux marchés du Québec et de l'Atlantique, où les deux sociétés sont actives à la fois sur le plan de la vente de gros et de la vente de détail, étaient les suivantes :

- ◆ la disparition d'un concurrent dynamique et efficace comme Ultramar à la fois sur le plan de la vente de gros et de la vente de détail d'essence et d'autres produits à base de pétrole;
- ◆ une concentration plus importante du marché de l'essence et des produits de distillation et le risque d'une hausse des prix;
- ◆ le fait que les coûts du commerce de gros sont inévitablement transmis aux consommateurs en bout de ligne.

Dans le cadre de fusions, il est souvent possible de restructurer la transaction de manière à dissiper les craintes relatives à la concurrence. Cependant, dans ce cas, aucune solution de rechange n'a pu être trouvée. Après un examen attentif des points soulevés par le Bureau, les parties ont annoncé qu'elles renonçaient à la transaction. À l'heure actuelle, elles continuent de se livrer couramment sur le marché de l'approvisionnement des produits pétroliers raffinés — ce qui est à l'avantage des détaillants d'essence indépendants et des consommateurs qui veulent un vaste choix de produits et des prix concurrentiels.

En cette ère de restructuration économique et industrielle, la vague de fusionnements qui touche le monde entier a de fortes chances de se poursuivre au prochain siècle.

Au cours de l'exercice 1998-1999, le Bureau de la concurrence a étudié 360 projets de fusionnement (voir le tableau 5).

Plusieurs des fusionnements examinés par le Bureau concernaient des secteurs d'infrastructure clés — services bancaires, raffinage et vente au détail de l'essence, médias nationaux, etc. — qui ont une incidence sur toutes les collectivités du Canada.

**Banque Royale du Canada — Banque de Montréal et Banque Canadienne Impériale de Commerce — Banque Toronto-Dominion**

Ces projets de fusionnement ont donné lieu aux examens les plus exhaustifs jamais effectués au Canada. Les actifs canadiens combinés de ces quatre banques se chiffraient à 590 milliards de dollars. (Vient au troisième rang le fusionnement de la société Imperial Oil et de Texaco Canada en 1989; ces deux sociétés possédaient au Canada un actif combiné de 13,8 milliards de dollars.)

Dans le cadre des enquêtes, le personnel a interrogé des gens de partout au Canada, a dépouillé 1 100 boîtes de documents provenant des quatre banques et a créé une base de données de près d'un demi-million de pages. Tout au long des dix mois qu'a duré l'examen, ce travail a suscité un intérêt sans précédent de la part du public.

Dans son évaluation aux présidents des quatre banques et au ministre des Finances, le commissaire a conclu que les fusionnements, tels qu'ils étaient proposés,

**Tableau 5** Nombre de fusionnements par exercice, de 1995 à 1999

SECTEUR	1995-1996	1996-1997	1997-1998	1998-1999
Dépôt d'un préavis de fusionnement	64	64	90	112
Demande de certificat de décision préalable	142	224	284	222
Autres examens	22	31	19	26
Total	228	319	393	360

causeraient vraisemblablement une diminution sensible de la concurrence ou l'empêcheraient carrément, entraînant une hausse des prix ainsi qu'une diminution de la qualité des services offerts et du choix de services bancaires clés au Canada.

Le Bureau a conclu que les projets de fusionnement étaient susceptibles de diminuer la concurrence ou de l'empêcher dans trois secteurs d'activité : les services bancaires en sucursales, les cartes de crédit et les valeurs mobilières. Dans chaque cas, le Bureau a déterminé les marchés géographiques auxquels ces fusionnements pourraient nuire et a exposé le raisonnement justifiant ses conclusions dans des lettres adressées au président de chaque banque concernée. (Le texte complet des deux lettres se trouve sur le site Web du Bureau [<http://concurrence.ic.gc.ca>]).

Mentionnant que l'analyse du Bureau avait joué un rôle clé dans sa décision, le ministre des Finances a annoncé en décembre 1998 que les deux fusionnements ne seraient pas autorisés.



## La courtoisie active à l'œuvre

Dès son adoption en 1995, l'accord de coopération antitrust conclu avec les collèges américains du Bureau a contenu une disposition générale en matière de courtoisie active. Une telle disposition existe également dans l'accord de coopération avec la Communauté européenne qui, selon le Bureau, devrait entrer en vigueur au cours de la première moitié de l'exercice 1999-2000.

La courtoisie active repose sur le principe de la réciprocité. Aussi le Canada est-il toujours disposé à examiner de telles requêtes, conformément à ses obligations internationales. Le Bureau envisage de préciser davantage la nature de ces obligations dans le contexte de sa coopération avec ses collègues des États-Unis.

## Renforcement des relations transfrontalières

C'est avec les États-Unis que le Canada entretient ses relations commerciales les plus étroites, aussi le Bureau a-t-il pu discuter avec les autorités américaines de différentes possibilités de coopération :

- ◆ organisation d'enquêtes plus coordonnées ou parallèles;
- ◆ coordination des recherches, le cas échéant;
- ◆ partage des informations dans les limites établies par les lois nationales;
- ◆ déroulement coordonné des activités pour assurer des résultats optimaux;
- ◆ entraide en vue d'obtenir les preuves nécessaires.

## Analyse de fluorescence des rayons X en joaillerie

Le personnel du Bureau travaille avec ses collègues au pays et à l'étranger pour trouver de nouveaux moyens d'évaluer la composition des pierres précieuses sans les désassembler ou les casser. Afin d'élargir son réseau de partenaires, le Bureau a participé à la conférence internationale de l'Association of European Assay Offices, tenue en juin 1998 à Prague, en République tchèque.

Le recours croissant à la « courtoisie active » constitue un exemple concret illustrant la coopération de plus en plus grande avec les autres administrations. Le concept est assez simple. Il s'applique lorsque des agissements anticoncurrentiels dans un pays donné nuisent tant aux marchés canadiens qu'aux marchés de l'autre pays. Simultanément, ces agissements peuvent être éliminés en appliquant la loi sur la concurrence de ce pays.

La courtoisie active oblige le pays à tenir dûment compte de la requête du Canada afin que les autorités canadiennes compétentes puissent lancer une enquête (ou élargir le champ d'une enquête en cours), et à chercher lui aussi une solution au problème.

Cette approche fait en sorte que les agissements anticoncurrentiels qui nuisent à plus d'une administration soient contrés par l'administration la plus à même de trouver une solution viable. Elle élimine également les obstacles associés à l'application extraterritoriale de lois nationales.

## Fusions multinationales

La récente prolifération de fusions multinationales rend nécessaire un certain degré de coopération entre les autorités nationales et régionales en matière de concurrence.

Le Bureau de la concurrence s'efforce de travailler avec ses homologues étrangers dès les premières étapes du processus d'examen des fusions. Les discussions portent sur des sujets variés que la délimitation des marchés, les conditions d'entrée et la coordination des mesures correctives.

## Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)

En juin 1998, le commissaire du Bureau de la concurrence a été élu président du groupe de travail sur la coopération internationale du Comité du droit et de la politique de la concurrence de l'OCDE. Ce groupe de travail sur la coopération en matière d'application joue un rôle important dans l'élaboration de concepts favorisant l'harmonisation des activités des autorités nationales en matière de concurrence. Au cours de l'année financière, le groupe de travail de l'OCDE a préparé un cadre de travail relatif aux préavis ainsi qu'un formulaire de déclaration pour les fusions multinationales.

Bien que ce cadre de travail n'ait pas force de loi dans les pays membres de l'OCDE, il peut promouvoir une certaine convergence du contenu des formulaires de préavis et de la procédure connexe. Le cadre peut également fournir une orientation aux pays qui désirent modifier de façon ponctuelle les exigences

## matière de concurrence

### L'internationalisation de la politique en

applicables au chapitre des renseignements. Les activités d'application entourant les fusions multinationales seront ainsi plus efficaces, ce qui sera à l'avantage des entreprises menant des activités dans plusieurs pays. Le Conseil de l'OCDE a approuvé le cadre de travail en février 1999.

Le Bureau est également membre du Comité de la politique à l'égard des consommateurs de l'OCDE. À ce titre, il participe à la rédaction de lignes directrices en matière de commerce électronique, y compris les services d'investissement en ligne.

Le Bureau continue de faire partie d'un groupe de travail de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) qui examine l'interaction entre le commerce et la politique de concurrence. Le Bureau participe également aux négociations visant l'établissement d'une zone de libre-échange des Amériques et la conclusion d'un accord de libre-échange avec les membres de l'Association européenne de libre-échange.

Au lieu de se limiter à une approche fondée sur des mesures ponctuelles, comme celle adoptée dans les récents accords de l'OMC sur le plan de la politique de concurrence, le Bureau a participé à des travaux afin d'examiner la possibilité d'établir un cadre multilatéral sain en matière de concurrence sous le régime de l'OMC, ce qui contribuera à l'essor de la politique de concurrence à l'échelle internationale. Certaines des composantes de base sont déjà en place ou sont en bonne voie de l'être au sein de l'OCDE.

De par ces activités, le Canada joue un rôle important dans la réalisation des objectifs qui sous-tendent la politique de concurrence sur une base multilatérale.

Le Bureau participe activement à l'élaboration de codes de conduite volontaires, de principes et de normes pour de nombreuses associations professionnelles et industrielles. Le personnel du Bureau est toujours prêt à rencontrer des représentants d'associations, seuls ou en groupes.

Par exemple, en septembre 1998, le Bureau a été invité à s'adresser aux délégués lors de la conférence nationale et de la foire commerciale de l'Association canadienne de l'immobilier. Le Bureau a profité de cette occasion pour exposer sa vision : remplacer l'ordonnance d'interdiction, vieille de dix ans, par un code de conduite volontaire efficace.

L'adoption de l'ordonnance d'interdiction a été le fruit d'enquêtes menées par le Bureau sur des agissements anticoncurrentiels présumés de la part de plusieurs chambres et associations immobilières. Du fait qu'elle interdit certains agissements anticoncurrentiels, l'ordonnance constitue un code de conduite obligatoire et efficace en ce qui concerne les questions relatives à la concurrence dans ce secteur.

Le Bureau préconise l'adoption d'un code de conduite volontaire, qui suscitera des pratiques de concurrence exemplaires plutôt que l'observation étroite de la loi. Ce modèle permettra de réaliser plus efficacement les grands objectifs en matière de concurrence de l'industrie immobilière dans un monde en constante évolution.

À cette fin, le personnel du Bureau mène des consultations auprès des intervenants. Le Bureau veut travailler en partenariat avec tous les intervenants à l'élaboration d'un code de conduite qui sera fondé sur les progrès découlant de l'ordonnance d'interdiction, et qui sera en outre plus efficace, c'est-à-dire dont l'application exigera moins de ressources.

### Activités internationales

- Le personnel du Bureau a également participé à des consultations avec l'industrie et d'autres organismes gouvernementaux afin de les sensibiliser à des questions comme l'étiquetage, l'accréditation et d'autres thèmes relatifs à la concurrence.
- ◆ Le Programme d'accréditation en bijouterie a demandé au personnel du Bureau de participer aux discussions concernant la mise sur pied d'un programme d'accréditation des évaluateurs de bijoux qui sera reconnu par l'industrie.
  - ◆ Le Bureau a travaillé avec des représentants de l'industrie des aliments pour animaux de compagnie et d'autres intervenants dans le but d'examiner l'utilité d'un code volontaire pour l'étiquetage de ce type de produits.
  - ◆ Le personnel du Bureau mène des consultations régulières auprès des associations des secteurs du textile, du rembourrage et du prêt-à-porter.

Dans un monde de plus en plus relié, nous ne pouvons nous limiter uniquement aux marchés nationaux. La mondialisation entraîne une rapide augmentation du nombre d'entreprises qui mènent des activités à l'étranger. Par contre, cela signifie que plusieurs pays risquent d'être aux prises avec les mêmes agissements anticoncurrentiels.

C'est pourquoi le Bureau participe activement à la promotion et à l'élaboration de lois et de politiques saines en matière de concurrence, de pair avec des activités d'application adéquates, et ce, partout dans le monde.



Tableau 4 Activités d'application du Bureau de la concurrence en 1998-1999

RÉSULTATS ET AVANTAGES POTENTIELS POUR LES CANADIENS	INTERVENTION DU BUREAU DE LA CONCURRENCE	INDUSTRIE EN CAUSE ET NATURE DU PROBLÈME
Autres instruments de règlement de cas		
<p>Après plusieurs discussions avec l'aéroport, l'exploitant du service de stationnement a conclu une entente avec ce dernier. De plus, l'aéroport a convenu de modifier sa politique de transport au sol pour se conformer à la Loi sur la concurrence.</p> <p>Un concurrent important a ainsi été en mesure de rester sur le marché et les consommateurs continuent d'avoir un choix de services de stationnement et de prix. Ce cas est également important parce que les autres administrations aéroportuaires ont vu que, si elles livrent concurrence à des rivaux hors site, elle doivent le faire conformément à la Loi sur la concurrence.</p>	<p>Le Bureau a examiné la plainte à la lumière des dispositions de la Loi sur la concurrence portant sur l'abus de position dominante.</p>	<p>Services de stationnement de liaison d'un aéroport</p> <p>Parmi ses activités, une administration aéroportuaire exploite divers services de stationnement et de navette connexe pour les voyageurs. L'exploitant d'une entreprise de stationnement hors site offrait un service similaire aux voyageurs, faisant ainsi concurrence à l'aéroport. Cet exploitant a déposé une plainte au Bureau, alléguant que les frais d'entrée à l'aéroport et ses politiques d'accès étaient déloyaux.</p>
<p>La fourniture de pièces d'appareils photo a été rétablie.</p> <p>Les services de réparation pour cette marque d'appareils photo sont de nouveau offerts.</p>	<p>Le personnel du Bureau a eu plusieurs conversations téléphoniques avec le distributeur.</p>	<p>Pièces d'appareils photo et réparation d'une marque connue d'appareils photo</p> <p>Le distributeur exclusif d'une marque reconnue d'appareils photo au Canada ne voulait plus fournir de pièces au plaignant. Par conséquent, le plaignant ne pouvait plus assurer de services de réparation concurrentiels.</p>
<p>La fourniture de vidéos a repris.</p> <p>Le distributeur et ses clients jouiront des avantages découlant de la fourniture d'une gamme complète de vidéos — on évitera ainsi les effets négatifs potentiels sur l'entrepris du distributeur et une réduction probable de la concurrence dans le marché pour ces produits.</p>	<p>Le Bureau a formulé des observations relatives à la fourniture de vidéos.</p>	<p>Distribution de vidéos dans l'Est du Canada</p> <p>Un important producteur de vidéos a mis un terme à la fourniture de vidéos à un distributeur de l'Est du Canada. Le distributeur a soutenu que cette mesure pourrait nuire de façon importante à son entreprise et que, par conséquent, la concurrence serait réduite.</p>

Tableau 3 Interventions du Bureau de la concurrence en 1998-1999 (suite)

RÉSULTATS ET AVANTAGES POTENTIELS POUR LES CANADIENS	INTERVENTION DU BUREAU DE LA CONCURRENCE	INDUSTRIE EN CAUSE ET NATURE DU PROBLÈME
<p>La détermination des rôles fédéraux et provinciaux donnera lieu à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ des règles claires pour les entreprises et des coûts d'observation réduits — ces économies pourraient être transférées à la population canadienne;</li> <li>◆ une définition plus précise du rôle de l'organisme de réglementation et du Bureau ainsi que l'élimination des chevauchements sur le plan des enquêtes et des interventions, ce qui permettra d'économiser les deniers publics.</li> </ul>		<p>Restructuration du marché de l'électricité de l'Alberta (suite)</p>
<p>Avant-projet de loi concernant la communication de renseignements sur les franchises en Ontario</p>		
<p>Si l'avant-projet de loi est adopté, toutes les parties seront assujetties à des règles claires à l'égard des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ les exigences touchant les renseignements que les franchiseurs doivent communiquer aux franchisees potentiels;</li> <li>◆ le droit d'association des franchisees;</li> <li>◆ la définition des contrats de franchise visés par la loi;</li> <li>◆ un processus de collecte systématique de renseignements sur les activités relatives aux franchises.</li> </ul> <p>Bref, les exigences portant sur la communication de renseignements se traduiront par une plus grande transparence et par des consommateurs plus avertis. Ces exigences pourraient servir de modèle pour les lois régissant la communication de renseignements sur les franchises dans les autres provinces. Au moment de la rédaction du présent document, seule l'Alberta avait promulgué une telle loi.</p>	<p>Compte tenu d'un certain nombre de plaintes formulées par les franchisees au sujet de déclarations trompeuses faites par les franchiseurs, le Bureau a exprimé son appui aux exigences proposées en matière de communication de renseignements.</p> <p>De plus, le Bureau a avisé le ministre provincial des problèmes de concurrence pouvant découler de certains aspects du document de consultation. Le Bureau l'a mis en garde contre les dispositions législatives susceptibles d'avoir les conséquences suivantes : l'application de prix communs; le partage des marchés ou des consommateurs; l'entrée de participants sur le marché; l'impossibilité pour les franchisees d'établir des prix faibles que ceux suggérés par leurs franchiseurs et toute autre mesure risquant de réduire la concurrence au sein de l'industrie, au détriment de la population canadienne.</p>	<p>Mémoire du Bureau de la concurrence sur les dispositions législatives relatives à la communication de renseignements sur les franchises, énoncées dans un document de consultation publié par le ministre de la Consommation et du Commerce de l'Ontario.</p> <p>Le document du Ministère fait suite à des années d'efforts pour établir une loi sur la franchise en Ontario.</p>

Tableau 3 Interventions du Bureau de la concurrence en 1998-1999 (suite)

RÉSULTATS ET AVANTAGES POTENTIELS POUR LES CANADIENS	INTERVENTION DU BUREAU DE LA CONCURRENCE	INDUSTRIE EN CAUSE ET NATURE DU PROBLÈME
<p>La Loi sur la concurrence et les pouvoirs conférés à la Commission de l'énergie de l'Ontario permettront de protéger les clients à faible consommation contre les pratiques commerciales anticoncurrentielles et déloyales et d'établir des règles claires applicables aux négociants de gaz naturel. À cette fin :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>la Commission aura pour objectif de favoriser la concurrence;</li> <li>la réglementation sera éliminée lorsque la concurrence sera suffisante pour garantir la protection de l'intérêt public;</li> <li>la Commission régira les relations entre les entreprises de distribution de gaz naturel et leurs affiliés qui leur livrent concurrence sur le marché;</li> <li>les négociants devront détenir une licence délivrée par la Commission.</li> </ul> <p>Ces modifications et d'autres mesures paveront la voie à des offres de services plus novatrices ayant des prix concurrentiels dans le secteur du gaz, ce qui permettra à la population canadienne de jouir pleinement d'un marché vigoureux et sain.</p>	<p>Les interventions du Bureau ont stimulé des changements structurels du marché pour permettre aux consommateurs de l'Ontario de jouir de tous les avantages d'un approvisionnement concurrentiel et efficient en gaz naturel. Des observations ont été présentées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>au gouvernement de l'Ontario en ce qui concerne les modifications proposées aux règlements relatifs au gaz naturel dans le projet de loi 35, Loi sur la concurrence dans le secteur de l'énergie;</li> <li>à la Commission de l'énergie de l'Ontario en ce qui concerne un système d'octroi de licences proposé pour les négociants de gaz naturel dont les clients sont des ménages et d'autres clients à faible consommation.</li> </ul>	<p>Améliorer le cadre de concurrence dans le secteur du gaz naturel en Ontario</p> <p>La concurrence dans la vente au détail de gaz naturel existe depuis longtemps en Ontario. Toutefois, le cadre législatif et réglementaire déjà en place a limité la concurrence sur le plan de la tarification et des services.</p>
<p>Restructuration du marché de l'électricité de l'Alberta</p> <p>Promouvoir les rôles et les responsabilités appropriés de l'organisme de réglementation du secteur de l'électricité de l'Alberta et du Bureau de la concurrence en Alberta, et fournir des renseignements sur la législation et la politique en matière de concurrence aux participants au marché de l'Alberta.</p>	<p>Restructuration du marché de l'électricité de l'Alberta</p> <p>En 1998-1999, le Bureau a fait une présentation dans le cadre de l'atelier sur la surveillance du marché au sujet de la législation relative à la concurrence en Alberta. Le Bureau a également contribué à l'élaboration de la réglementation de la surveillance du marché de l'électricité par le gouvernement de l'Alberta, qui a été adoptée en décembre 1998.</p>	<p>Restructuration du marché de l'électricité de l'Alberta</p> <p>Grâce à la reconnaissance explicite du rôle de la législation régissant la concurrence relativement aux pratiques commerciales anticoncurrentielles dans la province, on a pu délimiter clairement les responsabilités de l'organisme de réglementation provincial et du Bureau de la concurrence. Ainsi, l'organisme provincial fera directement part au Bureau de la concurrence de tout comportement susceptible de contrevenir à la Loi sur la concurrence afin que ce dernier mène une enquête et prenne les mesures qui s'imposent, le cas échéant.</p>



Tableau 3 Interventions du Bureau de la concurrence en 1998-1999 (suite)

RÉSULTATS ET AVANTAGES POTENTIELS POUR LES CANADIENS	INTERVENTION DU BUREAU DE LA CONCURRENCE	INDUSTRIE EN CAUSE ET NATURE DU PROBLÈME
<p>Après l'audience la plus exhaustive de ce genre, en novembre 1998, le TCCF a recommandé que les droits soient réduits d'environ les deux tiers. Selon le Tribunal, cette mesure servirait les intérêts des nourrissons et des fournisseurs de soins dans un marché concurrentiel au Canada.</p> <p>Au moment de la rédaction du présent rapport, les recommandations du TCCF au ministre des Finances étaient à l'étude.</p>	<p>Le Bureau de la concurrence, Gerber Canada Inc. et de nombreux défenseurs de l'intérêt public ont demandé une enquête d'intérêt public pour déterminer si le TCCF devait recommander au ministre des Finances de réduire ou d'éliminer les droits sur les aliments en pot pour bébés.</p>	<p>Denrées alimentaires (suite)</p> <p>Enquête d'intérêt public</p> <p>Aliments en pot pour bébés.</p>
<p>Restructuration du secteur de l'électricité de l'Ontario</p>		
<p>La Loi sur la concurrence dans le secteur de l'énergie de l'Ontario incorpore de nombreux éléments que le Bureau préconise dans ses présentations en ce qui touche les marchés et la réglementation, par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ à compter de l'an 2000, les ménages, s'ils le désirent, auront la possibilité de choisir entre différents fournisseurs d'électricité;</li> <li>◆ on établira des règles équitables en ce qui concerne l'impôt et le financement pour les entreprises des secteurs public et privé dont la prospérité dépendra entièrement de leur capacité de satisfaire aux exigences du consommateur au moindre coût (et non pas d'un traitement fiscal ou d'un régime de financement préférentiel);</li> <li>◆ les propriétaires d'installations de transport et de distribution doivent mettre sur pied des sociétés affiliées distinctes pour exercer leurs activités assujetties aux règles de la concurrence. On veillera ainsi à ce qu'ils ne puissent profiter de leur position de monopole pour obtenir un avantage concurrentiel aux dépens de leurs concurrents;</li> <li>◆ la réglementation sera réduite au strict minimum par l'application d'une disposition indiquant que les règlements seront éliminés si la concurrence est suffisante pour garantir la protection de l'intérêt public.</li> </ul>	<p>En 1998-1999, le Bureau a continué de participer au processus de restructuration :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ il a fait deux importantes présentations;</li> <li>◆ il a donné des conseils au Comité d'établissement des règles du marché du gouvernement de l'Ontario quant à la restructuration du secteur à des fins d'adaptation à un environnement concurrentiel.</li> </ul> <p>L'intervention du Bureau vise deux objectifs principaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ appuyer la transition vers un marché de concurrence dans les secteurs de la vente au détail et de la production d'électricité en Ontario. Cela devrait conduire à une utilisation plus efficace des ressources et à la réduction des prix;</li> <li>◆ veiller à ce que les rôles du Bureau de la concurrence et de l'organisme de réglementation de l'industrie soient adéquatement définis et coordonnés pour qu'il soit possible d'intervenir de façon efficace en cas d'abus en matière de concurrence et d'éviter les chevauchements et le double emploi entre ces deux organismes.</li> </ul>	<p>Loi sur la concurrence dans le secteur de l'énergie de l'Ontario</p> <p>Adoptée à l'automne 1998, la Loi fera en sorte d'ouvrir le marché provincial de l'électricité à la concurrence pour la vente au détail et la production en l'an 2000.</p>

Tableau 3 Interventions du Bureau de la concurrence en 1998-1999 (suite)

RÉSULTATS ET AVANTAGES POTENTIELS POUR LES CANADIENS	INTERVENTION DU BUREAU DE LA CONCURRENCE	INDUSTRIE EN CAUSE ET NATURE DU PROBLÈME
<p>À la fin des audiences, le TCCF a présenté plusieurs options au gouverneur en conseil. Dans sa conclusion, le Bureau n'a appuyé qu'une seule de ces options — un régime spécial de catégories de prix. Ce régime renforcerait le bien-être de la population, permettrait aux consommateurs et aux entreprises de transformation des produits alimentaires de jouir des avantages qui découlent de la concurrence des importations et s'inscrirait dans un processus de transition vers un marché concurrentiel. Par suite d'un renvoi du sous-ministre de Revenu Canada, le TCCF a entrepris en janvier 1999 un examen du classement tarifaire des mélanges de beurre émulsionné. Étant donné que la question de la concurrence n'était pas au cœur des débats, le Bureau n'a pas participé aux audiences.</p>	<p>En mars 1998, le Bureau a soutenu que tout examen du marché des mélanges de produits laitiers importés devait tenir compte de l'effet concurrentiel positif que ces importations sont susceptibles d'avoir sur le secteur de la transformation des produits alimentaires au chapitre du choix, du prix des intrants, de l'efficacité des activités et des ventes.</p> <p>Le Bureau a ajouté que l'imposition de droits de douane ne ferait que retarder les ajustements que l'industrie laitière devra éventuellement effectuer pour s'adapter à un environnement commercial ouvert.</p>	<p><b>Mélanges de produits laitiers</b></p> <p>En décembre 1997, le gouverneur en conseil a demandé au Tribunal canadien du commerce extérieur (TCCBE) de faire une enquête sur les importations de mélanges de produits laitiers en sus des contingents fixés par le Canada.</p>
<p>Gerber Canada Inc. a demandé à un groupe spécial binationnel d'examiner la décision. Au moment de la rédaction du présent rapport, cet examen n'était pas achevé. Depuis la décision du TCCF, en avril 1998, Heinz est le seul fournisseur d'aliments en pot pour bébés au Canada.</p> <p>D'ici à ce que le groupe spécial binationnel rende sa décision, il existera un monopole sur le marché des aliments pour bébés au Canada.</p>	<p>Revenu Canada ayant constaté que Gerber a vendu des aliments pour bébés à moindre coût au Canada qu'aux États-Unis, où ils sont fabriqués, le TCCF a mené une enquête pour déterminer si ce dumping a causé un préjudice important à Heinz en ce qui concerne la production nationale.</p> <p>Durant son intervention, le Bureau a soutenu que d'autres activités, dont des pratiques commerciales restrictives, avaient causé un préjudice important à Heinz.</p> <p>Lorsqu'en avril 1998 le TCCF a déterminé que le dumping avait effectivement causé un préjudice important à Heinz, des droits de 30 cents par pot ont été appliqués aux aliments pour bébés de Gerber. Gerber s'est retiré du marché canadien, Heinz devenant ainsi l'unique fournisseur d'aliments en pot pour bébés.</p>	<p><b>Intervention en raison d'un préjudice important</b></p> <p>Lors d'audiences devant le TCCF, on a déclaré que le dumping d'aliments en pot pour bébés vendus par Gerber Canada Inc. avait causé un préjudice important à H.J. Heinz Company of Canada Ltd.</p>



**Tableau 3 Interventions du Bureau de la concurrence en 1998-1999 (suite)**

INDUSTRIE EN CAUSE ET NATURE DU PROBLÈME	INTERVENTION DU BUREAU DE LA CONCURRENCE	RÉSULTATS ET AVANTAGES POTENTIELS POUR LES CANADIENS
<p align="center"><b>Diffusion, télécommunications et nouveaux médias (Internet) (suite)</b></p> <p>Radiodiffusion</p> <p>(CRTC AP 1998-42)</p> <p>Réglementation appliquée à l'égard des accords de gestion conjointe avec l'industrie sur les marchés locaux de radiodiffusion.</p>	<p>Le Bureau a fait valoir que les accords de gestion des stations radio doivent être examinés par le CRTC, à la lumière du contenu et des objectifs culturels de la Loi sur la radiodiffusion, et qu'ils doivent être conformes aux dispositions de la Loi sur la concurrence pour préserver la concurrence sur les marchés locaux de la publicité radiophonique.</p>	<p>Dans sa décision, le CRTC n'indique pas dans quelle mesure il tiendra compte de l'incidence sur la concurrence dans les marchés locaux de la publicité lors de l'examen des accords de gestion des stations radio.</p>
<p>Services téléphoniques locaux</p> <p>Répartition des frais de démarrage entre les titulaires et les nouveaux fournisseurs.</p> <p>(CRTC AP 98-10)</p>	<p>Le Bureau a fait valoir que le CRTC doit se fonder sur des principes d'efficacité économique pour la répartition des coûts associés à la prestation de mécanismes d'accès et d'interconnexion afin de favoriser la concurrence dans le secteur des services d'échange locaux. Le Bureau craint en outre que les sociétés de télécommunications en place tentent de transmettre leurs coûts à leurs concurrents pour limiter la concurrence.</p>	<p>La croissance des marchés concurrentiels pour les services téléphoniques locaux sera meilleure et l'entrée de nouvelles entreprises sur les marchés locaux sera plus facile.</p>
<p>Signaux de télévision transmis par satellite</p> <p>Abolition des restrictions à l'égard des signaux de télévision transmis par des satellites américains.</p> <p>(CRTC AP 1998-60)</p>	<p>Le Bureau a fait valoir que l'accès des cablo-distributeurs canadiens aux programmes émis par les satellites américains ne devait plus être restreint.</p>	<p>À la fin de 1998-1999, le CRTC n'avait pas encore rendu sa décision.</p> <p>En raison de la réduction des coûts d'acquisition des émissions de télévision, la concurrence entre les distributeurs qui desservent la population canadienne sera plus forte.</p>
<p>Services de radiodiffusion non traditionnels, dont Internet et les nouveaux médias en ligne</p> <p>La mesure dans laquelle Internet et les nouveaux médias en ligne doivent être réglementés en vertu de la Loi sur la radiodiffusion.</p> <p>(CRTC AP 98-20/98-82)</p>	<p>Le Bureau a fait valoir que, compte tenu de l'évolution d'Internet et des nouveaux médias en ligne, le CRTC devait lancer un processus de transition portant sur la façon dont l'industrie de la radiodiffusion traditionnelle est réglementée. Le Bureau a également insisté sur l'importance de veiller à ce que les codes volontaires de l'industrie des nouveaux médias soient conformes à la Loi sur la concurrence.</p>	<p>À la fin de 1998-1999, le CRTC n'avait pas encore rendu sa décision.</p> <p>L'élimination de règlements superflus et coûteux favorisera l'essor d'Internet, des nouveaux médias en ligne et d'autres applications (telles que le commerce électronique) et permettra à l'industrie de demeurer compétitive au niveau international.</p>



Tableau 3 Interventions du Bureau de la concurrence en 1998-1999

RÉSULTATS ET AVANTAGES POTENTIELS POUR LES CANADIENS	INTERVENTION DU BUREAU DE LA CONCURRENCE	INDUSTRIE EN CAUSE ET NATURE DU PROBLÈME
<p>Le CRTC s'est fondé sur l'exposé du Bureau à propos des marchés concernés ainsi que sur son analyse portant sur la concurrence pour déterminer dans quelle mesure il continuerait de réglementer Télésat.</p> <p>Les radiodiffuseurs et les utilisateurs de services de télécommunications qui dépendent de Télésat sont protégés contre toute tentative de cette dernière d'exercer une puissance commerciale au cours de la transition vers des marchés concurrentiels.</p>	<p>Le Bureau de la concurrence a signalé que Télésat devrait continuer à faire l'objet d'une réglementation jusqu'à ce que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) soit convaincu que la société ne peut plus exercer de puissance commerciale.</p>	<p>Services par satellites géostationnaires</p> <p>La mesure dans laquelle il faut déreglementer les services par satellite de Télésat (Canada et les frais qui s'y rattachent au cours de la transition vers des marchés concurrentiels. (CRTC AP 98-8 et Décision 98-4)</p>
<p>À la fin de 1998-1999, le CRTC n'avait pas encore rendu sa décision.</p> <p>L'objectif est de garantir un plus grand choix pour les consommateurs et une concurrence accrue sur les marchés locaux de radiodiffusion.</p> <p>On souhaite également maintenir la concurrence sur les marchés locaux de radiodiffusion.</p>	<p>La présentation du Bureau a mis l'accent sur deux questions :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ L'intérêt d'éliminer le test d'entrée sur le marché (au chapitre de l'incidence économique) comme condition pour accorder des licences à de nouvelles entreprises locales de radiodiffusion;</li> <li>◆ Le rôle que jouera le Bureau dans l'examen des fusions dans le secteur de la radiodiffusion, si les restrictions existantes en matière de propriété sont assouplies.</li> </ul>	<p>Télédiffusion</p> <p>Une vaste gamme de questions relatives à l'industrie canadienne de la radiodiffusion ont été étudiées.</p> <p>(CRTC AP 1998-44)</p>
<p>À la fin de 1998-1999, le CRTC n'avait pas encore rendu sa décision.</p> <p>L'objectif est d'intensifier la concurrence sur les marchés de gros et de détail des services téléphoniques entre le Canada et l'étranger.</p> <p>Cela pourrait se traduire par des prix plus bas, un plus grand choix pour les consommateurs et des services novateurs.</p>	<p>Le Bureau a appuyé la demande puisque les récentes décisions du CRTC, les modifications des politiques gouvernementales et l'évolution technologique ont sensiblement réduit les obstacles à l'entrée, éliminant ainsi la position de monopole de Téléglobe. Par conséquent, les nouveaux arrivés peuvent livrer concurrence à Téléglobe sur le marché de gros des services téléphoniques entre le Canada et l'étranger.</p>	<p>Services de télécommunications internationales</p> <p>Téléglobe a demandé au CRTC la déreglementation totale et inconditionnelle de ses services téléphoniques de gros entre le Canada et 240 destinations.</p>

La Loi sur la concurrence a pour objectif principal de créer un environnement qui permette aux Canadiens de profiter de prix concurrentiels, d'un bon choix de produits et de services de qualité dans le contexte d'un marché vigoureux et sain.

À cette fin, le Bureau de la concurrence intervient souvent lors des audiences des conseils et des tribunaux fédéraux et provinciaux. De plus, il assume un rôle de leadership dans les questions relatives à la politique antitrust à l'échelle internationale.

## Marchés nationaux

### Interventions officielles

Dans ses interventions relatives à la déréglementation de certaines industries, le Bureau vise un double objectif : d'abord, maintenir et favoriser un environnement concurrentiel; ensuite, si la réglementation est nécessaire, assurer que la réglementation retenue est celle qui nuira le moins à la concurrence et à l'efficacité sur les marchés concernés.

Par exemple, en 1998-1999, le Bureau a fait diverses interventions importantes, notamment pour que les consommateurs continuent d'avoir le choix entre différentes marques d'aliments pour bébés; il a aussi fait plusieurs interventions visant à stimuler la concurrence dans le secteur de l'électricité en Ontario et en Alberta. Les tableaux 3 et 4 donnent un aperçu de ces activités.

### Le rôle important du Bureau à titre de partenaire

En vue de protéger l'intérêt public, le Bureau de la concurrence formule des observations en matière de concurrence devant un certain nombre de conseils, de commissions ou de tribunaux provinciaux et fédéraux. Le Bureau coopère fréquemment avec d'autres gouvernements et leurs organismes à l'élaboration de la politique de concurrence et il est régulièrement invité à participer aux initiatives d'élaboration de politiques publiques.

Par exemple, les interventions relatives à la restructuration proposée des marchés de l'électricité de l'Ontario et de l'Alberta (commentées dans le tableau suivant) montrent la façon dont le Bureau utilise ses ressources pour contribuer à la protection de l'intérêt public et des choix des consommateurs.

## Internet, un important outil de communication

Internet est devenu l'un des principaux moyens utilisés pour communiquer les renseignements les plus récents aux citoyens, aux entreprises, aux intervenants et aux médias. En retour, les Canadiens ont de plus en plus recours aux services électroniques du Bureau afin de demander des renseignements ou de déposer des plaintes en ligne.

L'objectif du Bureau est d'assurer un service permanent au moyen d'un simple clic de la souris. Ainsi, on peut accéder en tout temps aux rapports, aux mises en garde faites aux consommateurs et aux entreprises ainsi qu'aux communiqués de presse du Bureau.

Les pages Web les plus populaires du Bureau sont celles qui ont trait à la sensibilisation des consommateurs, à l'étiquetage et aux publications en ligne portant sur un vaste éventail de sujets — de l'emballage aux pierres précieuses.

Toutefois, le Bureau sait très bien que les consultations, Internet et les documents imprimés ne suffisent pas à répondre aux besoins de tout le monde. Les gens préfèrent parfois discuter des agissements anticoncurrentiels suspects ou examiner un fusionnement proposé en privé. À cette fin, le Bureau préconise une politique de « libre accès », le commissaire et le personnel étant toujours à la disposition des clients.

## Livraison de l'information en temps opportun

La qualité des conseils et des décisions du Bureau tient à la capacité de ce dernier de se tenir au courant des tendances et questions de l'heure. C'est pourquoi il continue d'accorder une très grande importance aux services de bibliothèque et de recherche offerts par son centre de ressources.

Le secret ne consiste pas à amasser de l'information, mais à trouver des moyens rentables et efficaces d'utiliser Internet et les outils de recherche sophistiqués qui s'y rattachent. Le Bureau veut que des données aussi à jour que possible sur les affaires antitrust soient accessibles à partir de tout micro-ordinateur.

Sous réserve des dispositions relatives à la confidentialité, le public peut consulter la collection du Bureau, qui n'est reproduite nulle part ailleurs au Canada.



**Tableau 2 Rétroaction sur les services d'examen des fusionnements de novembre 1997 à novembre 1998**

SECTEUR	D'ACTIVITÉ	NOMBRE DE RÉPONSES			
		Faible	Passable	Bon	Excellent
Examen des fusionnements		1	0	6	28
Avis consultatifs		0	0	4	4
Pourcentage		2 %	—	23 %	75 %

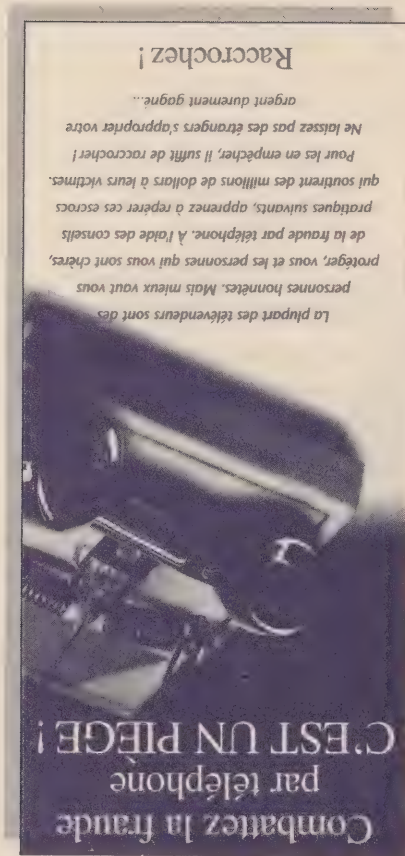
## Partenariats

Le Bureau s'efforce constamment de conclure des partenariats afin d'atteindre ses publics cibles et de collaborer avec d'autres organismes aux fins de l'application de la loi et du maintien d'un marché concurrentiel.

À titre d'exemple, le dépliant *Combattez la fraude par téléphone, c'est un piège!* est le fruit d'un effort conjoint avec une large gamme de partenaires des secteurs public et privé, ainsi qu'avec des groupes à but non lucratif.

Le Bureau compte de nombreux partenaires dans le secteur public. Par exemple, il collabore étroitement avec un groupe spécialisé d'avocats du ministère fédéral de la Justice qui lui donne des conseils juridiques, et il travaille avec d'autres ministères fédéraux en vue d'intégrer des principes d'action sains au programme du gouvernement du Canada en matière d'économie et de commerce.

Le Bureau communique régulièrement avec les organismes provinciaux chargés de la protection du consommateur, de l'application de la loi et des questions d'ordre juridique.



En novembre 1998, le Bureau a participé au lancement de Canshare, réseau d'alerte basé sur Internet et à la fine pointe de la technologie, à l'intention des organismes d'application de la loi. Ce système d'alerte rapide vise à améliorer le partage de l'information sur toutes sortes de questions de protection du consommateur. Grâce à une telle collaboration intergouvernementale, le Bureau peut repérer le télémarketing trompeur et les autres formes d'escroquerie, ainsi que réduire les pertes financières que cela cause aux citoyens canadiens.

Tableau 1 Renseigner la population canadienne — Points saillants en 1998-1999

RÉSULTATS ET AVANTAGES POTENTIELS POUR LES CANADIENS	INTERVENTION DU BUREAU	INDUSTRIE EN CAUSE ET NATURE DU PROBLÈME
<p>On a conclu une entente avec le Conseil canadien du commerce de détail, l'Association des consommateurs du Canada et Option des consommateurs en vue de promouvoir l'information en matière d'exactitude des prix grâce au dépliant du Bureau intitulé <i>Soyez un consommateur averti : Assurez-vous que vous payez le bon prix</i> et en utilisant les liens électroniques intégrés au site Web du Bureau. Le Conseil canadien du commerce de détail et le Comité sur l'exactitude des prix ont également publié un guide de pratiques exemplaires.</p>	<p>Les résultats de la vérification portant sur l'exactitude des prix ont été partagés avec les sièges sociaux des 14 détaillants. Ces derniers ont convenu d'améliorer leurs systèmes de balayage. Le Conseil canadien du commerce de détail (le principal point de liaison du Comité sur l'exactitude des prix) a également été informé à ce sujet. D'après les résultats préliminaires de la première vérification de suivi, le taux d'exactitude des prix a augmenté par rapport à l'année précédente.</p>	<p>Principaux détaillants nationaux — Surveillance continue</p> <p>Par suite des plaintes faites par la population canadienne et l'Association des consommateurs du Canada, le Bureau a vérifié, en tout, 107 magasins qui représentent 14 détaillants nationaux à l'échelle du pays et dans lesquels on utilise des scanners informatisés de codes à barres pour lire le prix des produits.</p>
Initiatives d'éducation du public		
<p>Parallèles initiativies d'éducation du public ne cessent d'accroître la sensibilisation de l'industrie de la bijouterie à l'égard des prescriptions de la Loi sur la concurrence.</p>	<p>Nous montons la garde est un bulletin qui explique les responsabilités des détaillants de bijouterie en vertu de la Loi sur la concurrence et de la Loi sur le poinçonnage des métaux précieux et de son règlement. Ce bulletin est disponible sur le site Web du Bureau. Il est également distribué dans les foires commerciales et lors des visites chez les clients.</p>	<p>Bijouterie</p> <p>Chaque année, le Bureau reçoit un certain nombre de plaintes relatives à la publicité trompeuse et aux pratiques commerciales déloyales dans ce secteur.</p>
<p>Grâce à d'étroites relations avec les médias, le Bureau a su sensibiliser le public aux réclamations faites par l'industrie des logiciels. Les résultats de l'Enquête sur les réclamations de logiciels — Rapport d'analyse sont partagés avec les concepteurs, les distributeurs et les détaillants de logiciels lors des visites régulières chez les clients.</p>	<p>Au cours de l'exercice 1998-1999, le Bureau a publié les documents intitulés <i>Soyez un consommateur averti : Pour en savoir plus sur les logiciels et Enquête sur les réclamations de logiciels</i> — Rapport d'analyse. Ces documents ont été distribués à grande échelle lors d'une campagne de sensibilisation publique nationale. Ils sont disponibles sur le site Web du Bureau.</p>	<p>Industrie du logiciel</p> <p>En réaction à la prolifération des ordinateurs dans les domiciles et les entreprises, le Bureau a commencé à surveiller les réclamations de logiciels des fabricants en 1996. Selon une étude menée en 1997-1998, un peu plus de 8 p. 100 des 2 000 réclamations portant sur 140 logiciels acquis par le Bureau se sont révélées trompeuses.</p>

Nota — Conformément à la politique d'application, certains noms ne sont pas mentionnés.

Le Bureau de la concurrence a pour principe que la meilleure défense contre les pratiques anticoncurrentielles réside dans une stratégie d'éducation proactive. Les employés du Bureau surveillent constamment le marché et visitent de façon régulière les entreprises, l'industrie et les intervenants. Le Bureau compte également sur les Canadiens pour l'informer de toute pratique qu'ils ont des raisons de croire anticoncurrentielle.

Au cours de l'exercice 1998-1999, le Centre de renseignements du Bureau a reçu 46 000 demandes de renseignements et plaintes. Le Bureau recueille l'opinion des Canadiens de différentes façons :

- ◆ par courriel, téléphone, télécopieur ou courrier;
- ◆ au moyen du « Formulaire de demande/plainte » électronique du Bureau;
- ◆ par l'intermédiaire des députés, qui transmettent automatiquement au Bureau les plaintes formulées par les électeurs de leur circonscription;
- ◆ dans le cadre de rencontres en personne, par exemple entre les gens d'affaires et le personnel du Bureau.

Le Bureau traite de façon confidentielle toutes les demandes de renseignements et plaintes et transmet à la direction compétente des rapports sur les pratiques présumément illégales.

### Extension des services à la collectivité

Le tableau 1 présente un échantillon représentatif des affaires que le Bureau a pu résoudre grâce à l'observation volontaire de la loi au cours de l'exercice 1998-1999.

Au cours de l'exercice, le Bureau a donné suite aux importants engagements pris en 1997-1998 au chapitre de l'extension des services à la collectivité. ◆ Tout d'abord, le Bureau a tenu des consultations nationales sur le document intitulé *Lignes directrices pour l'application de la Loi : Fusionnements*

**P**our faire une demande de renseignements de nature générale ou déposer une plainte concernant une pratique commerciale déloyale, communiquez avec le Bureau de la concurrence au :

(819) 997-4282  
Numéro sans frais : 1 800 348-5358

ou utilisez le « Formulaire de demande/plainte » en direct (<http://concurrence.gc.ca>).

de banques. On a sollicité les commentaires des représentants de banques et d'autres institutions financières, du milieu des affaires, du milieu universitaire ainsi que de groupes syndicaux et d'associations de consommateurs au sujet de la présentation faite par le Bureau en novembre 1997 au Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadien. On a demandé à plus de 600 organisations ou personnes de donner leur opinion. Sauf dans les cas où les auteurs demandaient qu'elles demeurent confidentielles, les exposés ont été publiés sur le site Web du Bureau afin que le public puisse exprimer ses opinions. Les lignes directrices révisées ont été publiées en juillet 1998. ◆ En 1998, le Bureau a demandé aux utilisateurs de ses services d'examen des fusionnements de lui communiquer leur opinion. Au total, 75 p. 100 des répondants ont déclaré que le service était « excellent »; 23 p. 100 ont indiqué que le service était « bon »; et 2 p. 100 — soit un seul répondant — ont déclaré qu'il était « mauvais » (voir le tableau 2). Le Bureau continuera de surveiller la situation. ◆ En février 1999, soit un an après l'adoption des normes de tarification, le Bureau a organisé un forum d'une journée pour près de 60 cadres supérieurs dont le travail se rapporte à la politique de concurrence du Canada. La rétroaction a été favorable.



La Direction des affaires civiles enquête sur les agissements anticoncurrentiels, par exemple l'abus de position dominante, et sur les contraintes imposées aux consommateurs par des fournisseurs, comme le refus de vendre, l'exclusivité et les ventes liées. Elle est également chargée des interventions du Bureau devant les organismes de réglementation et les tribunaux fédéraux et provinciaux.

La Direction des affaires criminelles enquête sur les infractions criminelles rattachées aux agissements anticoncurrentiels, dont les complots de fixation des prix, les truquages d'offres, la discrimination par les prix, les prix d'éviction et le maintien des prix. Elle est également responsable de l'Unité des modifications, qui s'assure que les dispositions de la Loi sur la concurrence et des lois sur l'étiquetage demeurent pertinentes.

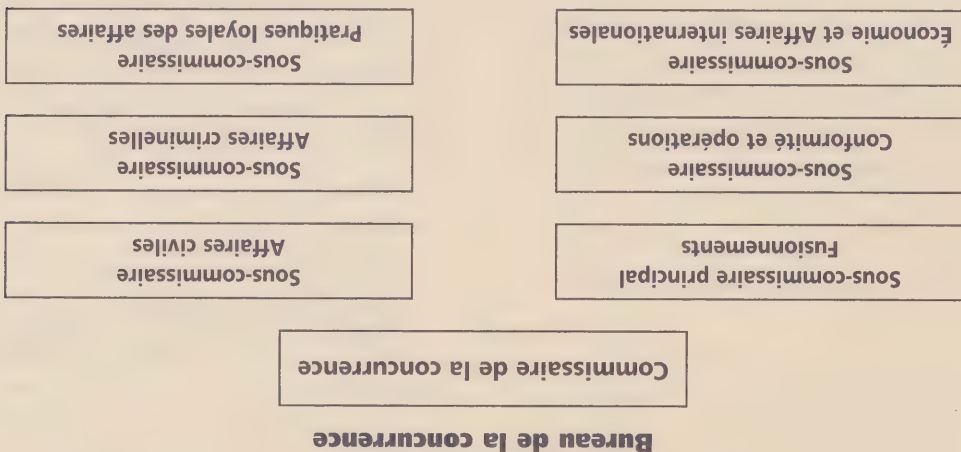
La Direction des pratiques loyales des affaires favorise une saine concurrence sur les marchés en surveillant l'observation et en mettant en œuvre des programmes de sensibilisation destinés à l'industrie et aux consommateurs. La Direction est chargée de la mise en application des dispositions de la Loi sur la concurrence qui ont trait à la publicité fausse ou trompeuse et à d'autres pratiques déloyales, ainsi que de l'application de la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, de la Loi sur le poinçonnage des métaux précieux et de la Loi sur l'étiquetage des textiles.

Cela ne signifie cependant pas que le Bureau se montrera indulgent envers ceux qui adoptent des tactiques résolument anticoncurrentielles. S'il existe des preuves que des actes criminels sanctionnés par la Loi sur la concurrence ont été commis, les affaires seront confiées au procureur général du Canada afin qu'il intente des poursuites. Le Bureau continuera de mobiliser toute la force coercitive de la loi, ce qui

peut se traduire par de lourdes amendes ou des peines d'emprisonnement. Dans les affaires civiles, s'il est impossible de parvenir à une solution au moyen de négociations, d'ordonnances par consentement ou autres, le Bureau n'hésitera pas à saisir le Tribunal de la concurrence du dossier.

## Structure organisationnelle du Bureau

Comme on peut le voir sur l'organigramme qui suit, le Bureau se divise en six directions.



Le commissaire de la concurrence est le dirigeant du Bureau de la concurrence; il est responsable de l'administration et de l'application de la Loi sur la concurrence, de la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, de la Loi sur le poinçonnage des métaux précieux et de la Loi sur l'étiquetage des textiles.

La Direction des fusions est chargée de l'examen des transactions de fusionnement, y compris celles qui exigent le dépôt d'un préavis. Si les ventes ou les actifs combinés des parties à la transaction dépassent 400 millions de dollars et que la valeur de la transaction dépasse 35 millions de dollars, un préavis doit être déposé à l'Unité des préavis de la Direction des fusionnements.

La Direction de l'économie et des affaires internationales coordonne les activités de coopération internationale et assure la liaison avec les autres ministères et organismes publics. Elle dispense des conseils de nature économique aux autres directions d'application et leur fournit des analyses portant sur des affaires précises, des questions touchant la politique d'application, des modifications législatives et des interventions au chapitre de la réglementation. Elle aide également les autres ministères et organismes publics au moyen de conseils et de recommandations sur la politique de la concurrence.

Le Bureau saisit toutes les occasions possibles de communiquer directement avec la population canadienne, dans le but de la sensibiliser au problème posé par les agissements anticoncurrentiels et de contrecarrer les plans de ceux qui ne respectent pas la loi.

- ◆ Il veille à ce que les entreprises comprennent bien la loi et la façon dont elle s'applique à leurs activités, afin de dissuader quiconque de se livrer à des agissements anticoncurrentiels.
- ◆ Il modifie la loi en temps opportun; ainsi, la *Loi sur la concurrence* et les lois connexes sont adaptées aux tendances et aux exigences nouvelles en matière d'application de la loi au pays et à l'étranger.

Le présent rapport montre comment on peut réduire de façon sensible les dépenses liées à des enquêtes et à des poursuites souvent très longues en mettant d'avantage l'accent sur l'éducation, ce que le Bureau désigne sous le nom de « continuum d'observation de la loi ».

Les poursuites et l'intervention du Tribunal de la concurrence pour juger les cas litigieux sont à ses yeux des solutions de dernier recours. En effet, il peut

s'écouler beaucoup de temps avant qu'un cas faisant l'objet d'une enquête soit porté devant les tribunaux et les résultats sont souvent incertains. De plus, tant que le jugement n'a pas été prononcé, le Bureau n'a aucun moyen légal de retirer du marché les produits ou services douteux.

Le continuum d'observation de la loi du Bureau est basé sur la conviction que la plupart des entreprises veulent exploiter leurs activités dans le cadre d'un marché concurrentiel et que la très grande majorité d'entre elles sont disposées à observer les lois une fois qu'elles ont compris comment celles-ci touchent leurs activités.

Le Bureau choisit les moyens les plus efficaces et les plus efficaces pour rétablir la concurrence sur le marché. Il a recours à la confrontation uniquement lorsque toutes les autres voies pour corriger les agissements anticoncurrentiels ont échoué ou que les activités constituent un manquement flagrant à la loi. Le présent rapport expose les options les plus efficaces dans le cadre des poursuites judiciaires et des procès, comme les cas où les organismes ou les particuliers étaient disposés à travailler avec le Bureau ou à prendre des engagements en vue de se conformer à la loi.

**Pour aller plus loin que la simple application de la loi : le continuum d'observation de la loi**

PROMOTION		Information et éducation	Bulletins, lignes directrices, programmes, d'extension, conférences et rapports avec les médias.
Elaboration de règles	Règlements et codes volontaires.	Défense et Avis consultatifs, consultations, dépôts de préavis, inspections ciblées et partenariats	Le présent rapport expose les options les plus efficaces dans le cadre des poursuites judiciaires et des procès, comme les cas où les organismes ou les particuliers étaient disposés à travailler avec le Bureau ou à prendre des engagements en vue de se conformer à la loi.
Politique	Défense et Avis consultatifs, consultations, dépôts de préavis, inspections ciblées et partenariats	Avis consultatifs, consultations, dépôts de préavis, inspections ciblées et partenariats	Le présent rapport expose les options les plus efficaces dans le cadre des poursuites judiciaires et des procès, comme les cas où les organismes ou les particuliers étaient disposés à travailler avec le Bureau ou à prendre des engagements en vue de se conformer à la loi.
Moyens	Avis consultatifs, consultations, dépôts de préavis, inspections ciblées et partenariats	Avis consultatifs, consultations, dépôts de préavis, inspections ciblées et partenariats	Le présent rapport expose les options les plus efficaces dans le cadre des poursuites judiciaires et des procès, comme les cas où les organismes ou les particuliers étaient disposés à travailler avec le Bureau ou à prendre des engagements en vue de se conformer à la loi.
Persuasion	Lettres d'avertissement, séances d'information et visites aux fins d'éducation publique.	Lettres d'avertissement, séances d'information et visites aux fins d'éducation publique.	Le présent rapport expose les options les plus efficaces dans le cadre des poursuites judiciaires et des procès, comme les cas où les organismes ou les particuliers étaient disposés à travailler avec le Bureau ou à prendre des engagements en vue de se conformer à la loi.
Consentement	Engagements pris par les organisations de changer leurs agissements, d'accepter les ordonnances par consentement	Engagements pris par les organisations de changer leurs agissements, d'accepter les ordonnances par consentement	Le présent rapport expose les options les plus efficaces dans le cadre des poursuites judiciaires et des procès, comme les cas où les organismes ou les particuliers étaient disposés à travailler avec le Bureau ou à prendre des engagements en vue de se conformer à la loi.
Opposition	Saisies de produits, poursuites, ordonnances d'interdiction de poursuites et audiences contestées devant le Tribunal.	Saisies de produits, poursuites, ordonnances d'interdiction de poursuites et audiences contestées devant le Tribunal.	Le présent rapport expose les options les plus efficaces dans le cadre des poursuites judiciaires et des procès, comme les cas où les organismes ou les particuliers étaient disposés à travailler avec le Bureau ou à prendre des engagements en vue de se conformer à la loi.
NON CONFORMITÉ			
SURVEILLANCE			



Le présent rapport annuel fournit un aperçu du travail accompli par le Bureau de la concurrence au cours de l'exercice débutant le 1<sup>er</sup> avril 1998 et se terminant le 31 mars 1999 aux fins de l'application des quatre lois relevant de sa compétence, à savoir :

- ◆ la Loi sur la concurrence;
- ◆ la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation (autres que les denrées alimentaires);
- ◆ la Loi sur le poinçonnage des métaux précieux;
- ◆ la Loi sur l'étiquetage des textiles.

Tout comme dans le rapport annuel de l'exercice précédent, les activités sont regroupées en fonction des quatre objectifs opérationnels du Bureau :

- ◆ renseigner la population canadienne;
- ◆ stimuler la concurrence;
- ◆ examiner les fusions;
- ◆ prévenir les agissements anticoncurrentiels.

**Notre raison d'être**

Le Bureau de la concurrence s'efforce de créer un environnement qui permette aux Canadiens de profiter de bas prix, d'un bon choix de produits et de services de qualité, dans le contexte d'un marché vigoureux et sain.

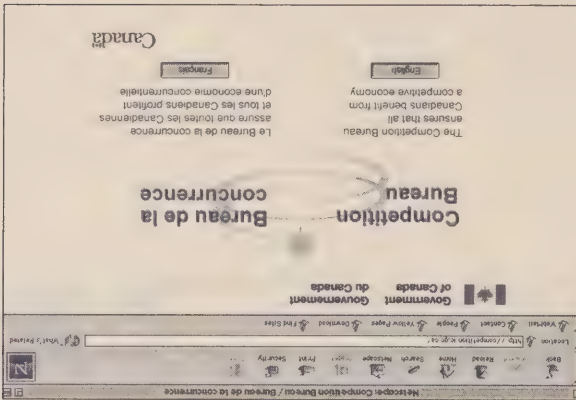
Fidèle à son engagement d'informer la population canadienne, le Bureau de la concurrence décrit ses activités de l'exercice 1998-1999 et explique quels avantages en découlent pour le Canada et la société. On peut se procurer des données statistiques et des références juridiques par voie électronique sur le site Web élargi du Bureau.

## À propos du Bureau

Le Bureau de la concurrence part du principe qu'un marché vigoureux et sain s'avère profitable tant pour les entreprises que pour les consommateurs canadiens. L'économie fonctionne ainsi plus efficacement. Les entreprises sont plus à même de s'adapter aux marchés mondiaux et d'y livrer concurrence. Les petites et moyennes entreprises peuvent compter sur des règles du jeu équitables leur permettant d'être compétitives et d'apporter leur contribution à l'économie. Les Canadiens bénéficient de prix concurrentiels et d'un bon choix de produits et ils disposent de l'information dont ils ont besoin pour prendre des décisions d'achat éclairées. Les intérêts des consommateurs et des producteurs, des grossistes et des détaillants, des intervenants de premier plan ou secondaires, de même que l'intérêt public et les intérêts privés, sont pris en compte.

## Visitez notre site Web maintenant élargi

<http://concurrence.gc.ca>



## Mieux vaut prévenir que guérir

Le Bureau de la concurrence est plus qu'un simple organisme d'application de la loi. Sa philosophie est qu'il est plus efficace de prévenir les agissements anticoncurrentiels à l'aide d'une combinaison d'activités d'application de la loi proactives, vigoureuses et axées sur l'éducation.



# TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction .....	1
2. Renseigner la population canadienne .....	5
3. Stimuler la concurrence .....	9
4. Examiner les fusions et acquisitions .....	20
5. Prévenir les agissements anticoncurrentiels .....	25
6. Moderniser l'approche du Canada par rapport à la législation en matière de concurrence .....	32
Annexe I Affaires abandonnées .....	35
Annexe II Information .....	41
Annexe III Personnes-ressources au Bureau de la concurrence .....	42
Formulaire de réaction du lecteur	





# MESSAGE DU COMMISSAIRE

Cette année a été une année sans précédent pour le Bureau de la concurrence, une année remarquable et pleine de défis, remplie de « premières ».

Le Bureau a été confronté à plus de projets de fusionnement que jamais auparavant. Il a examiné les fusionnements dans différents secteurs, allant de l'énergie et des médias jusqu'à la vente au détail, sans oublier les deux plus grands projets de fusionnement de l'histoire canadienne entre quatre des plus grandes banques du pays — d'une part, la Banque Royale du Canada et la Banque de Montréal et, d'autre part, la Banque Canadienne Impériale de Commerce et la Banque Toronto-Dominion.

Le secteur pétrolier a été, et continue d'être, une priorité pour le Bureau. Pendant la dernière année, les préoccupations du Bureau au sujet du projet de fusionnement entre deux sociétés pétrolières, Petro-Canada et Ultramar, ont conduit ces sociétés à abandonner leur projet. L'enquête qu'a menée le Bureau a prouvé que le fusionnement empêcherait ou réduirait sensiblement la concurrence et nuirait aux consommateurs des provinces de l'Atlantique et du Québec.

Le travail fondé sur ce qu'on appelle le continuum d'observation de la loi, soit la consolidation des ressources et des outils utilisés pour faire observer la loi, s'est poursuivi. Avec cette approche, des stratégies d'information visant à décourager les agissements anticoncurrentiels ont été élaborées et la force coercitive des lois a été utilisée dans les cas d'infractions graves. Du côté de la mise en application, des amendes records ont été imposées pour complot, et le Bureau a obtenu les premières peines de prison jamais infligées à des télévendeurs par suite de ses enquêtes.

Le Bureau a également diffusé des bulletins et tenu des séances d'information afin de sensibiliser les industries et les consommateurs à des questions comme l'étiquetage et l'accréditation et à des questions générales relatives à la concurrence. En particulier, il a consulté l'industrie de la joaillerie à propos des programmes d'accréditation, l'industrie des logiciels au sujet de l'établissement d'un code d'éthique et, enfin, les fabricants d'aliments pour animaux de compagnie concernant l'étiquetage de leurs produits.

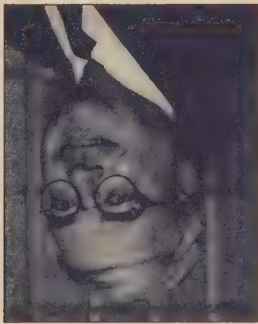
Par ailleurs, de nombreuses interventions ont été faites auprès d'organismes de réglementation, notamment devant le Tribunal canadien du commerce extérieur, dans l'affaire des aliments pour bébés, et devant le gouvernement de l'Ontario au sujet de la déréglementation du secteur de l'électricité. De plus, le Bureau a continué de s'acquitter de ses obligations sur la scène internationale en faisant la promotion, l'élaboration et, le cas échéant, l'application de lois et de politiques de concurrence.

Voulant fournir des renseignements à jour aux intervenants de l'industrie, aux avocats, aux médias et au grand public, il a fait de son site Web son principal outil de diffusion de l'information. Par l'entremise du site, il a aussi demandé aux intervenants de formuler des commentaires sur les modifications de ses lois et de ses politiques ainsi que sur la mise en œuvre de son programme de tarification des services.

Sur le front législatif, les modifications apportées à la *Loi sur la concurrence* à l'initiative du Bureau lui confèrent maintenant plus de pouvoirs pour lutter contre les agissements anticoncurrentiels. Enfin, l'infrastructure technologique du Bureau a été remaniée de manière à lui permettre de rationaliser ses systèmes de gestion. Bref, le Bureau a connu une année remarquable, et s'il a pu relever les défis, c'est grâce au travail acharné de son personnel dévoué et qualifié. Ce rapport explique en détail les activités de la dernière année.

Konrad von Finckenstein, C.R.

## À la mémoire de Jim Bocking



Le présent rapport annuel témoigne de la grande qualité du travail accompli par le personnel du Bureau au cours de l'exercice 1998-1999. Nos employés ont su relever un grand nombre de défis, tout en prêtant main-forte aux autres directions lorsque le besoin s'en faisait sentir.

Toutefois, au début de 1999, le Bureau a subi une très grande perte. Jim Bocking, depuis longtemps gestionnaire, est décédé au terme d'une longue et courageuse lutte contre le cancer.

Jim était aimé et estimé de tous. Beaucoup d'employés le connaissaient depuis 1972, année où il s'était joint au Bureau après avoir obtenu son diplôme de l'Université Queen's. Au fil des ans, il a occupé divers postes de cadre, dont, tout récemment, celui de sous-directeur adjoint des enquêtes et recherches à la Direction des fusions.

Dès le début de sa carrière, Jim a compris qu'il était important de maintenir un cadre de concurrence très moderne et de miser sur l'éducation, la médiation et, au besoin, les poursuites pour assurer l'observation de la loi.

Il a dirigé un grand nombre d'enquêtes et d'examen de fusionnement pour le Bureau. Certains de ces dossiers ont établi les limites de la fixation de frais par les barreaux; une enquête a conduit à la rédaction du Rapport de la Commission sur les pratiques restrictives du commerce sur l'industrie pétrolière; il a également participé à plusieurs examens de fusionnements d'envergure. L'un des derniers dossiers dont il s'est occupé concernait le projet de fusionnement de Petro-Canada et d'Ultrapar Diamond Shamrock, à l'été 1998.

Par delà les réalisations de Jim Bocking à titre d'agent et de gestionnaire de cas, le personnel du Bureau, le milieu juridique et le secteur des affaires, ses amis et sa famille se souviendront d'un homme charmant, doté d'une personnalité hors du commun. C'était un vrai spécialiste et un gentilhomme. Son intégrité et son honnêteté ont fait de lui un représentant exceptionnel du Bureau de la concurrence et de la fonction publique.

Il nous manquera beaucoup.



Hull (Québec)

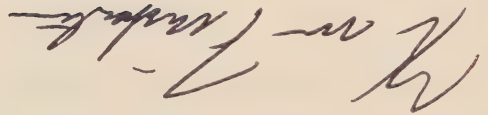
Adresse postale :  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0C9

L'honorable John Manley, C.P., député  
Ministre de l'Industrie  
Ottawa

Monsieur le Ministre,

J'ai l'honneur de vous présenter, conformément à l'article 127 de la Loi sur la concurrence, le rapport suivant pour l'exercice se terminant le 31 mars 1999.

Le commissaire,



Konrad von Finckenstein, c.r.

Cette publication est également offerte par voie électronique sur le Web (<http://concurrence.ic.gc.ca>).

Pour obtenir d'autres exemplaires du présent rapport ou des renseignements spécifiques sur les activités du Bureau, s'adresser au Centre de renseignements du Bureau de la concurrence :

Bureau de la concurrence  
Industrie Canada  
50, rue Victoria  
Hull (Québec) K1A 0C9

Bureau de la concurrence  
Industrie Canada  
50, rue Victoria  
Hull (Québec) K1A 0C9

Téléphone : (819) 997-4282  
Numéro sans frais : 1 800 348-5358  
ATS (pour malentendants) : 1 800 642-3844  
Télécopieur : (819) 997-0324

Site Web : <http://concurrence.ic.gc.ca>  
Courriel : [burconcurrence@ic.gc.ca](mailto:burconcurrence@ic.gc.ca)

Les publications et les vidéos du Bureau sont énumérés à l'annexe II du présent rapport annuel.

Les personnes handicapées peuvent obtenir cette publication sur demande sous une forme adaptée à leurs besoins particuliers. Communiquer avec le Centre de diffusion de l'information aux numéros ci-dessous.

Centre de diffusion de l'information  
Direction générale des communications  
Industrie Canada  
Bureau 205D, tour Ouest  
235, rue Queen  
Ottawa (Ontario) K1A 0H5

Téléphone : (613) 947-7466  
Télécopieur : (613) 954-6436  
Courriel : [publications@ic.gc.ca](mailto:publications@ic.gc.ca)

Nota — Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada (Industrie Canada) 1999  
N° de catalogue RG51-1999  
ISBN 0-662-64390-9  
52844B



Contient 50 p. 100  
de matières recyclées

Rapport annuel du

# COMMISSAIRE DE LA CONCURRENCE

POUR L'EXERCICE SE TERMINANT LE 31 MARS 1999

sur l'application et l'administration des lois suivantes :

LOI SUR LA CONCURRENCE

LOI SUR L'EMBALLAGE ET L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS  
DE CONSOMMATION

LOI SUR LE POINÇONNAGE DES MÉTAUX PRÉCIEUX

LOI SUR L'ÉTIQUETAGE DES TEXTILES





LOI SUR L'ÉTIQUETAGE DES TEXTILES  
LOI SUR LE POINÇONNAGE DES MÉTAUX PRÉCIEUX  
DE CONSOMMATION  
LOI SUR L'EMBALLAGE ET L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS  
LOI SUR LA CONCURRENCE

sur l'application et l'administration des lois suivantes :

POUR L'EXERCICE SE TERMINANT LE 31 MARS 1999

# COMMISSAIRE DE LA CONCURRENCE

Rapport annuel du